



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DEMARKETING**

**“PLAN DE MARKETING DE SERVICIO DEL GOBIERNO
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
DEL CANTÓN SANTA ELENA,
2013 - 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN MARKETING

**AUTOR: MANUEL CESARIO ORELLANA JARA
TUTORA: Ing. FRANCIA CEVALLOS MORA, M.B.A.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE MARKETING**

**“PLAN DE MARKETING DE SERVICIO DEL GOBIERNO
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
DEL CANTÓN SANTA ELENA,
2013 - 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN MARKETING

AUTOR: CESAR MANUEL ORELLANA JARA

TUTORA: Ing. FRANCIA CEVALLOS MORA. M.B.A.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, Enero del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación **“PLAN DE MARKETING DE SERVICIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA, 2013 - 2014”**, elaborado por Manuel Censario Orellana Jara, egresado de la Carrera de Marketing, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

ATENTAMENTE

**ING. FRANCIA CEVALLOS MORA. MBA
TUTORA**

DEDICATORIA

“En dos palabras puedo resumir cuanto he aprendido acerca de la vida: **sigue adelante**” – Robert Lee Frost.

Esta tesis que ha costado esfuerzo, dedicación, constancia y sacrificio, quiero dedicársela a todas esas personas que estuvieron ahí, apoyándome para alcanzar y cumplir la meta, de ser un profesional, y que directa o indirectamente participaron en la elaboración de esta tesis.

Se la dedico a mi familia, a mi madre Otilia, a mi padre Segundo, a mis hermanos Fernando y Roberto. A ti, mi novia, por estar a mi lado en el cumplimiento de esta, mi meta, por esa motivación y apoyo brindado para lograrlo, brindándome la fuerza necesaria para continuar y momentos de ánimo, ayudándome en lo que fuera posible.

Manuel Orellana J.

AGRADECIMIENTO

Por todo cuanto me diste en esta etapa que culmina, mi especial agradecimiento es para ti Señor, mi Dios. “Porque todo lo puedo en Cristo que me fortalece”. (Filipenses 4:13).

Este sacrificio y constancia para concluir mi carrera universitaria, no solo lo debo a mi esfuerzo y sacrificio, también a esas personas que con su apoyo me motivaron a lograr terminar este período de mi vida.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena que es representada por su rector el Ingeniero Jimmy Candell Soto, por brindarme esta gran oportunidad de crecer personal y profesionalmente.

A mis profesores, gracias, que han sabido dirigirme y apoyarme en este andar por la vida y que influyeron con sus lecciones y experiencias y así ayudarme en la formación profesional, para ser una persona preparada para los retos que la vida nos presenta. En especial al Ing. Jairo Cedeño, director de la carrera y a la Ing. Francia Cevallos, mi tutora de tesis que supieron guiarme y ayudarme en este proyecto.

A aquellos compañeros de aula, que brindaron su sonrisa amable y mano amiga en el momento oportuno para llegar a este momento tan especial, gracias.

A todos y cada uno de ustedes, gracias, ahora me toca regresarles un poquito de todo lo que me han otorgado.

A ustedes, les dedico estas páginas.

Gracias.

Manuel Orellana J.

TRIBUNAL DE GRADO

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

Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MSc
DIRECTOR DE LA CARRERA
DE MARKETING

Ing. Francia Cevallos Mora, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Ing. Libi Caamaño López, MBA
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL
CARRERA DE MARKETING**

**“PLAN DE MARKETING de Servicio del Gobierno
Autónomo Descentralizado del Cantón
Santa Elena, 2013 - 2014”**

Autor: Cesar M. Orellana Jara.
Tutora: Ing. Francia Cevallos Mora.

RESUMEN

El GAD Cantonal de Santa Elena es una entidad gubernamental que brinda un sinnúmero de servicios a la ciudadanía, es por ello importante destacar que la calidad de los servicios que brindan repercute en la imagen institucional, se considera que es importante incentivar a la colectividad hacer uso de sus infraestructuras y servicios aprovechando su talento humano y sus recursos naturales. Sin embargo, a pesar de contar con una infraestructura muy amplia, las autoridades y los habitantes del cantón consideran que el uso que se hace de sus servicio es muy limitado por lo que es necesario trabajar en mejorar la calidad de los servicios que se brindan y para ello creímos preciso diseñar un plan de marketing de servicio para fortalecer la atención al cliente y de esta forma mejorar los procesos internos y externos. El presente plan hace una análisis de la situación actual que afronta el Gobierno autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena y como el medio en el que se desarrolla afecta a sus actividades, el estudio de mercado se realizó a los habitantes del cantón y empleados municipales, con el fin de recabar información sobre la percepción que tienen respecto a los servicios y la capacidad que poseen los empleados, se empleó herramientas estructuradas que permitieron obtener información valiosa para el proyecto de estudio y así conocer la causa-efecto de la insatisfacción de los habitantes del Cantón Santa Elena y el repudio en ciertos casos. Además de ello se estableció la mezcla de marketing más apropiada, previo al estableció del mercado objetivo, se determine su posicionamiento, se estableció el plan de acción que detalla el que se debe hacer, como se debe hacer, para que se debe hacer y cuando se debe hacer, el mismo que debe ser evaluado y controlado periódicamente para determinar el grado de efectividad de las estrategias de marketing de servicios que se implementará en este proyecto de tesis. Este trabajo contribuirá a mejorar la calidad del servicio que se ofrece a los ciudadanos y con ello a fortalecer la imagen institucional que por muchos años ha tenido como desventaja pública y que afecta directamente a la percepción que tienen los habitantes del Cantón en relación a la calidad de la atención al usuario que oferta el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena.

PORTADA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
TRIBUNAL DE GRADO	2
RESUMEN.....	3
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	7
ÍNDICE CUADROS	9
ÍNDICE DE ANEXOS	11
INTRODUCCIÓN	12
TEMA.....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	13
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:.....	14
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA:.....	15
EVALUACIÓN DEL PROBLEMA:	15
FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS:	17
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES:.....	18
OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN:.....	21
Objetivo General:	21
Objetivos Específicos:.....	21
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:.....	22
CAPÍTULO I.....	23
1. MARCO TEÓRICO.....	23
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA	23
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA:.....	23
1.2.1. Marketing de servicio.....	24
1.2.2. Producción de servicios	24
1.2.3. Servicio público	25
1.2.4. El equipo de producción del servicio.....	26
1.2.5. Atención al cliente.....	26
1.2.6. Componentes de la calidad de servicio.	27
1.2.7. Las 8p's del servicio.....	28
1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	30
1.3.1 Constitución de la República del Ecuador 2008.....	30
1.4. MARCO REFERENCIAL/MARCO SITUACIONAL	31

CAPÍTULO II	34
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	34
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:	34
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN:	34
2.2.1. Investigación de Campo.....	35
2.2.2. Investigación Documental.....	35
2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN:	35
2.3.1. Investigación Exploratoria	35
2.3.1.1. Por el propósito	36
2.3.1.2. Por el lugar	36
2.3.1.3. Investigación Concluyente.....	36
2.3.1.4. Investigación Descriptiva	36
2.3.1.5. Investigación Causal	37
2.3.1.6. Investigación de Monitoreo del Desempeño.....	37
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN:.....	37
2.4.1. Método exploratorio.....	37
2.4.2. Método descriptivo.....	38
2.4.3. Método inductivo.....	38
2.4.4. Método Analítico	38
2.4.5. Método Objetivista.....	39
2.4.6. Método Histórico	39
2.4.7. Método de Experimentación.....	39
2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN:	39
2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA:	40
2.6.1. Población:	40
2.6.2. Muestra:.....	41
2.7. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	44
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	45
3.1. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS:	45
3.2. EJECUCIÓN DE LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN:.....	45
3.3. TABULACIÓN.....	46
3.3.1. Análisis de resultado usuarios.....	46
3.3.2. Análisis de resultados de trabajadores.....	63
3.4. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA	82
3.5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LAS ENCUESTAS	86
3.5.1. Conclusiones:.....	86
3.5.2. Recomendaciones:.....	87

4. PROPUESTA: PLAN DE SERVICIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA	89
4.1. PLAN DE MARKETING	89
4.1.1. Análisis Situacional.....	89
4.1.1.1. Análisis interno.....	91
4.1.1.2. Análisis externo.....	96
4.1.2. Objetivos del Plan.....	100
4.1.3. Filosofía Corporativa.....	101
4.1.3.1. Misión	101
4.1.3.2. Visión	101
4.1.3.3. Políticas.....	101
4.1.4. Mercado Objetivo.....	102
4.1.5. Posicionamiento.....	103
4.1.6. Marketing Mix.....	104
4.1.6.1. Producto	104
4.1.6.1.1. Objetivos	107
4.1.6.1.2. Estrategias de producto.....	108
4.1.6.2. Precio.....	109
4.1.6.3. Plaza.....	110
4.1.6.4. Mezcla De Promoción.....	112
4.1.6.5. Evidencia Física	123
4.1.6.6. Personas	127
4.1.6.7. Procesos	130
4.1.7. Plan De Acción:	132
4.1.7.1. Cronograma de Actividades:.....	137
4.1.7.2. Presupuesto Para El Plan:.....	138
4.1.8. Evaluación y control	140
CONCLUSIONES.....	141
RECOMENDACIONES.....	142
BIBLIOGRAFÍA.....	143
LINCOGRAFIA.....	145
ABREVIATURAS.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Edad de los encuestados _____	46
GRÁFICO 2 Género de los encuestados _____	47
GRÁFICO 3 Departamentos a los que acuden los encuestados _____	48
GRÁFICO 4 Departamentos a los que acuden los encuestados _____	49
GRÁFICO 5 Calificación de la infraestructura _____	50
GRÁFICO 6 Calificación del servicio al usuario _____	51
GRÁFICO 7 Calificación de la tecnología _____	52
GRÁFICO 8 Cantidad de servidores públicos _____	53
GRÁFICO 9 Inconvenientes con los servidores públicos _____	54
GRÁFICO 10 Acción que tomaron los encuestados _____	55
GRÁFICO 11 Solución de problemas _____	56
GRÁFICO 12 Tiempo de espera en ser atendido _____	57
GRÁFICO 13 Señalética interna _____	58
GRÁFICO 14 Servidores públicos capacitados _____	60
GRÁFICO 15 En que podrían capacitarse los empleados _____	60
GRÁFICO 16 Usuarios satisfechos _____	61
GRÁFICO 17 Mejoras al GAD Santa Elena _____	63
GRÁFICO 18 Género de los trabajadores _____	63
GRÁFICO 19 Edad de los trabajadores _____	65
GRÁFICO 20 Años de trabajo de los empleados _____	66
GRÁFICO 21 Nivel académico de los empleados _____	67
GRÁFICO 22 Tipo de contrato _____	67
GRÁFICO 23 Rutina en el trabajo _____	69
GRÁFICO 24 Insumos _____	70
GRÁFICO 25 Altercado con los compañeros _____	71
GRÁFICO 26 Motivación en el trabajo _____	72
GRÁFICO 27 Toma de decisiones _____	73
GRÁFICO 28 Frecuencia de decisiones _____	74
GRÁFICO 29 Alcances de las decisiones _____	75
GRÁFICO 30 Mejoras para el GAD Santa Elena _____	76
GRÁFICO 31 Ambiente laboral _____	77
GRÁFICO 32 Relación laboral _____	78
GRÁFICO 33 Capacitaciones _____	79
GRÁFICO 34 Capacitaciones _____	80
GRÁFICO 35 Información oportuna _____	81
GRÁFICO 36 Empleados satisfechos _____	82
GRÁFICO 37 Competidores del GAD Municipal de Santa Elena _____	93
GRÁFICO 38 MARCA DE LA INSTITUCIÓN _____	105

GRÁFICO 39 LOGOTIPO DEL GAD SANTA ELENA _____	105
GRÁFICO 40 SLOGAN DEL GAD MUNICIPAL SANTA ELENA _____	106
GRÁFICO 41 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO _____	107
GRÁFICO 42 Fijación de precios basados en el valor _____	110
GRÁFICO 43. Canales de distribución _____	111
GRÁFICO 44 MEZCLA DE PROMOCIÓN _____	112
GRÁFICO 45 Facebook _____	113
GRÁFICO 46 Twitter _____	114
GRÁFICO 47 Diseño de counter de información _____	114
GRÁFICO 48 Letrero para counter de información _____	115
GRÁFICO 49 Video Publicitario _____	116
GRÁFICO 50 Tríptico - cara frontal _____	117
GRÁFICO 51 Tríptico - cara posterior _____	118
GRÁFICO 52 Roll up 1 _____	119
GRÁFICO 53 Roll up 2 _____	120
GRÁFICO 54 Correo electrónico _____	123
GRÁFICO 55 GAD municipal de Santa Elena actual _____	124
GRÁFICO 56 Modelo de oficina _____	125
GRÁFICO 57 Diseño de Rótulo _____	126
GRÁFICO 58 Organigrama GAD Municipal de Santa Elena _____	128
GRÁFICO 59 Proceso del servicio que se brinda en el GAD Municipal de Santa Elena _____	130
GRÁFICO 60 Diseño del Buzón de sugerencias _____	132

ÍNDICE CUADROS

CUADRO 1 Formulación de hipótesis _____	17
CUADRO 2 Operacionalización de las variables _____	19
CUADRO 3 División territorial del Cantón Santa Elena _____	32
CUADRO 4 Muestra de la Población del Cantón Santa Elena _____	42
CUADRO 5 Muestra de empleados _____	43
CUADRO 6 Edad de los encuestados _____	46
CUADRO 7 Género de los encuestados _____	47
CUADRO 8 Departamentos a los que acuden los encuestados _____	48
CUADRO 9 Frecuencia de visita de los encuestados _____	49
CUADRO 10 Calificación de la infraestructura _____	50
CUADRO 11 Calificación del servicio al usuario _____	51
CUADRO 12 Calificación de la tecnología _____	52
CUADRO 13 Cantidad de servidores públicos _____	53
CUADRO 14 Inconvenientes con los servidores públicos _____	54
CUADRO 15 Acción que tomaron los encuestados _____	55
CUADRO 16 Solución de problemas _____	56
CUADRO 17 Tiempo de espera en ser atendido _____	57
CUADRO 18 Señalética interna _____	58
CUADRO 19 Servidores públicos capacitados _____	59
CUADRO 20 En que podrían capacitarse los empleados _____	60
CUADRO 21 Usuarios satisfechos _____	61
CUADRO 22 Mejoras al GAD Santa Elena _____	62
CUADRO 23 Género de los trabajadores _____	63
CUADRO 24 Edad de los trabajadores _____	64
CUADRO 25 AÑOS DE TRABAJO DE LOS EMPLEADOS _____	65
CUADRO 26 Nivel académico de los empleados _____	66
CUADRO 27 Tipo de contrato _____	67
CUADRO 28 Rutina en el trabajo _____	68
CUADRO 29 Insumos _____	69
CUADRO 30 Altercado con los compañeros _____	70
CUADRO 31 Motivación en el trabajo _____	71
CUADRO 32 Toma de decisiones _____	72
CUADRO 33 Frecuencia de decisiones _____	73
CUADRO 34 Alcances de las decisiones _____	74
CUADRO 35 Mejoras para el GAD Santa Elena _____	75
CUADRO 36 Ambiente laboral _____	76
CUADRO 37 Relación laboral _____	77
CUADRO 38 Capacitaciones _____	78

CUADRO 39 Capacitaciones _____	79
CUADRO 40 Información oportuna _____	80
CUADRO 41 Empleados satisfechos _____	81
CUADRO 42 Calificación del servicio al usuario _____	83
CUADRO 43 Servidores públicos capacitados _____	84
CUADRO 44 Usuarios satisfechos _____	84
CUADRO 45 Mejoras para el GAD Santa Elena _____	85
CUADRO 46 Análisis situacional FODA _____	90
CUADRO 47 Matriz de perfil de capacidad interna (PCI) _____	94
CUADRO 48 Matriz de perfil de capacidad externa POAM _____	99
CUADRO 49 Precio de los servicios del GAD Municipal de Santa Elena ____	109
CUADRO 50 PLAN DE MEDIOS _____	115
CUADRO 51 Temas de capacitación _____	128
CUADRO 52 Plan de acción _____	133
CUADRO 53 Matriz del plan de acción _____	135
CUADRO 54 Cronograma de actividades _____	137
CUADRO 55 Presupuesto anual _____	138
CUADRO 56 Flujo de caja _____	139

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Validación de las encuestas a usuarios_____	146
Anexo 2 Modelo de la encuesta a trabajadores_____	150

INTRODUCCIÓN

Las entidades gubernamentales en todos sus niveles de gobierno brindan a los ciudadanos una diversidad de servicios, por ello, preservar la calidad de los servicios es elemental para lograr la satisfacción de los clientes internos y externos, razón por la cual los usuarios son importantes o el eje principal que posee toda institución pública o privada, sobre todo en la actualidad que el Gobierno Nacional impulsa el programa nacional del Buen Vivir que enfrasca el trato justo y la vida digna de todos los habitantes del país.

En la actualidad el marketing de servicio constituye un proceso de intercambio entre las partes en función de las características específicas del sector, por ello para el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, considera necesario fortalecer a los clientes externos e internos, por lo que es menester diseñar un plan de marketing de servicio que permita fortalecer la atención que brinda la institución a sus coterráneos, conociendo las necesidades, requerimientos que poseen y la percepción que tienen de la calidad del servicio, para luego poder analizar y tomar las debidas correcciones implementado estrategias de marketing de servicio para potencializar los aspectos que están debilitando la cadena de servicio y proyectar una imagen reestructurada de calidad, confiabilidad, respeto y eficiencia del GAD Santa Elena.

Por ello el presente trabajo tiene como objetivo lograr el mejoramiento de la calidad de los servicios que brinda el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, satisfaciendo plenamente a los usuarios internos y externos, a través de la capacitación constante, métodos de motivación y una mejora en el ambiente laboral que permita mejorar la eficiencia e incrementar la celeridad y efectividad de los procesos internos de los servidores públicos que laboran dentro de las instalaciones del GAD Santa Elena, dado que como en toda institución pública o privada, el eje fundamental es el usuario y este debe estar satisfecho por toda la cadena de servicio que le ofrece la institución al que acude.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

“INCIDENCIA DE LAS ESTRATEGIAS MARKETING DE SERVICIOS EN LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN AL USUARIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA, EN EL AÑO 2013. DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING DE SERVICIO PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA 2014.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

El Cantón Santa Elena forma parte del área geográfica de la Provincia de Santa Elena, en este cantón ecuatoriano viven cerca de 150000 personas y está conformado por una parroquia urbana y seis rurales, según el VII Censo de Población realizado por el INEC en el 2010.

En Junio de 1984 fue considerado como villa de Santa Elena y desde el 22 de enero de 1985, en el gobierno de Don Vicente Rocafuerte, Santa Elena fue denominada Cantón de la Provincia del Guayas.

Santa Elena es la cabecera cantonal y a su vez el cantón más grande de la provincia que lleva su nombre, con una extensión territorial de más de 3668 Km², dentro de este Cantón encontramos una variedad de lugares turísticos, especialmente sus balnearios, que son principales ofertas para el turista.

Este cantón cuenta con un área muy rica en tradiciones históricas, poseedora de una gran riqueza cultural ancestral, sus habitantes viven del comercio, pesca y actividades turísticas, esta área posee un territorio variado que va desde escarpadas montañas hasta planicies extensas y playas de gran longitud combinada con riscos precipitados hacia el mar, ofreciendo un aire místico de la naturaleza pura.

En el transcurso de los años, muchas dignidades ocuparon el cargo de Alcalde del Cantón, hasta llegar a la actualidad siendo su administrador el Ing. Otto Vera Palacios, que se posicionó en su rol de Alcalde en el año del 2009, fruto de una victoria electoral.

Siendo una dependencia pública y abierta a su ciudadanía, el servicio que se ofrece a sus coterráneos debe ser de calidad y así mismo, satisfacer todas sus necesidades, deseos y hasta sus exigencias, dado que el público externo es la parte primordial de cualquier administración pública, entonces, se puede decir que el servicio y la atención al público juegan un papel primordial y predominante dentro del Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena.

Dentro de los diversos departamentos que conforma el cabildo la calidad del servicio es muy carente, esta se presenta por muchos motivos que durante años han tratado de mejorarse; entre ellos el bajo nivel de capacitación en temas relacionados a calidad de servicio, relaciones públicas y liderazgo que posee el personal que labora en estas instalaciones, la alta demanda que existe debido a que al año atiende a alrededor de 90000 usuarios, la poca inversión en sistemas que contribuyan al mejoramiento de la gestión y la burocratización que aún existe en la institución permitiendo fortalecer atención a los usuarios y con ello mejorar los procesos internos y externos .

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

Por lo mencionado se establece la siguiente interrogante:

¿Cómo incide la aplicación de estrategias de marketing de servicios en la calidad de la atención al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, en el año 2014?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA:

- ¿Cuál es la percepción de la ciudadanía con respecto a la atención al usuario que ofrece el Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena?
- ¿Cuál es el nivel capacitación que poseen los servidores públicos del Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena?
- ¿Cuán importante es la atención que se brinda a los usuarios para la institución pública?
- ¿Qué tipo de estrategia de marketing esperan observar los ciudadanos al acudir a las dependencias del Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena?

EVALUACIÓN DEL PROBLEMA:

El Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena ofrece una serie de servicios a los ciudadanos del cantón, estos permiten que los ciudadanos forjen una percepción favorable o no de la calidad del servicio que brinda.

Durante los últimos años las autoridades de turno se han enfocado en capacitar a sus empleados para mejorar el servicio a los ciudadanos pero lamentablemente no ha contribuido en gran medida a lograr sus objetivos ocasionando un alto nivel de insatisfacción a quienes acuden al municipio para realizar diversos tipos de trámites.

Muchas de las inconformidades se generan debido a que existe un alto índice de retrasos en los trámites internos y externos debido a la acumulación de documentación que no data únicamente de la actual administración y que ha impedido la ejecución de proyectos de gran trascendencia en el cantón.

El aspecto antes mencionado junto a otros factores como el trato que ciertos funcionarios brindan a la ciudadanía han desfavorecido la imagen de las autoridades al presentarse con pocas iniciativas para resolver problemas, principalmente porque los ciudadanos se sienten perjudicados por el uso de su tiempo de forma irracional al tener que ir reiteradamente a estas instalaciones cuando requieren llevar a cabo cualquier trámite.

Por ello existe el requerimiento de contar con un estudio para reconocer las verdaderas falencias que inciden en la calidad de los servicios que brinda la institución y de esta manera establecer las estrategias adecuadas para solucionar este problema.

FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS:

Cuadro 1 Formulación de hipótesis

HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
La implementación de estrategias de marketing de servicios incidirá en la calidad de atención al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena.	INDEPENDIENTES :	
	Implementación de estrategias de marketing de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> • Ventajas competitivas • Recursos de la empresa • Entorno empresarial
	DEPENDIENTES :	
	Calidad de atención al usuario que se ofrece en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena.	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción de clientes • Actitud y aptitud del personal • Objetivos organizacionales

Elaborado por: Manuel Orellana Jara.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES:

Para el presente trabajo se consideró que las variables deben poseer ciertas características medibles y que sean relevantes para el estudio y permitan el planteamiento del problema. Además son la raíz de donde se establecen las técnicas e instrumentos de información para la ejecución del problema de estudio.

El tema del proyecto de la presente investigación es: **“INCIDENCIA DE LAS ESTRATEGIAS MARKETING DE SERVICIOS EN LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN AL USUARIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA, EN EL AÑO 2013. DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING DE SERVICIO PARA EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA 2014”**

Cuadro 2 Operacionalización de las variables

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIONES CONCEPTUALES	INDICADORES	DIMENSIONES	PREGUNTAS	INSTRUMENTO
La implementación de estrategias de marketing de servicios, incidirá en la calidad de atención al cliente del Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena.	VARIABLE DEPENDIENTE La implementación de estrategias de marketing	Conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la adecuación entre los recursos y capacidades de la empresa y el entorno en el cual opera, con el fin de satisfacer los objetivos de los múltiples grupos participantes en ella.	Conjunto de acciones	• Satisfacción de los usuarios	Usted se considera un cliente satisfecho	Encuesta
			Ventaja competitiva	• Aspectos diferenciadores de la gestión	Qué servicio ofertan Que los diferencia de la labor desempeñada por otros municipios	
			Recursos y capacidades de la empresa	• Recursos humanos y monetarios con los que cuenta	¿Número de empleado? ¿Número de personas atendidas a diario?	
			Entorno de la empresa	• Ambiente empresarial y organización	¿Considera que el ambiente en el que labora es propicio para su desempeño? ¿Qué aspectos modificaría en su líder superior?	

Elaborado por: La Ilustre Municipalidad del Cantón Santa Elena

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIONES CONCEPTUALES	INDICADORES	DIMENSIONES	PREGUNTAS	INSTRUMENTO
La implementación de estrategias de marketing de Servicio, incidirá en la calidad de atención al cliente del Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena.	VARIABLE INDEPENDIENTE Calidad de atención al cliente del Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena.	Es el grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio.	Satisfacción de las necesidades	<ul style="list-style-type: none"> Volúmenes y frecuencia de compra de los clientes 	<p>¿Con qué frecuencia acude a las oficinas del GAD Santa Elena?</p> <p>¿Qué opina del servicio prestado por el personal municipal?</p>	Encuesta
			Exceder en el servicio	<ul style="list-style-type: none"> Servicio prestado 	¿En qué aspectos considera Ud. que debe mejorar el servicio?	
			Espíritu de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Actitud del personal 	<p>¿Cada que tiempo capacita al personal de los diversos departamentos sobre atención al cliente?</p> <p>¿Considera que el lugar donde laboras es apropiado?</p>	

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN:

Objetivo General:

Establecer estrategias de marketing para la atención eficiente al usuario, realizando un levantamiento de información al usuario interno y externo, para el diseño de un plan de Marketing de Servicio para el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena.

Objetivos Específicos:

- Realizar un análisis interno y externo para determinar las fortalezas y debilidades del GAD Cantonal de Santa Elena.
- Evaluar los niveles de actualización de los funcionarios públicos con respecto a la atención al usuario, realizando un diagnóstico situacional a empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena.
- Determinar el grado de calidad de la atención al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena realizando un estudio de mercado a los usuarios que asisten a dicha entidad. .
- Elaborar un plan de marketing de servicio implementando estrategias para el mejoramiento de la atención al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

El Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena, además de ser un ente que regula, es una institución pública que fomenta con sus diversas actividades la economía y el buen vivir del cantón, a diario alberga un sin números de usuarios que acuden a esta institución a realizar diferentes tramites en los respectivos departamentos que lo conforman.

Por ello, que el mantener una relación eficiente y estable con su público externo es uno de sus objetivos principales, por lo que se requiere identificar las necesidades, opiniones y exigencias que la ciudadanía tiene del Municipio.

Es por esto necesario la elaboración y aplicación de un plan de marketing de servicio, que tendrá como finalidad el medir y evaluar la atención que se brinda tanto al cliente interno y externo, por lo tanto, conociendo las diferentes necesidades y expectativas de la ciudadanía se podrá fomentar la eficiencia en la atención.

Lo que se busca con este proyecto es mejorar los niveles de satisfacción del cliente interno y externo, analizando las fortalezas y debilidades del servicio que se brinda en todos los departamentos que conforman el Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena y así mejorar la imagen que se proyecta al entorno. Con la debida ejecución del Plan de Marketing, el Gobierno Autónomo del Cantón Santa Elena, obtendrá una ventaja competitiva en comparación a las otras dependencias públicas que residen en la Provincia de Santa Elena en lo que respecta a la atención al cliente, además de fomentar la calidad, el proyecto sirve de base fundamental para futuros estudios que requieran realizar para mejorar su proyección a la ciudadanía.

Además de mejorar la percepción ciudadana que se tiene de la institución, optimizando los recursos actuales y potencializando sus actividades.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1.ANTECEDENTES DEL TEMA

El cantón Santa Elena viene trabajando bajo esta modalidad hace aproximadamente 174 años, por ello es considerado uno de los municipios que administra la mayor cantidad territorial de la provincia del mismo nombre, la misma que ha permitido que sus habitantes hayan mejorado paulatinamente su estilo de vida.

Durante el tiempo que se encuentra funcionando dicha institución, se ha enfrentado a cambios radicales en cuanto a la administración de su recurso humano; lamentablemente con el transcurrir de los años las exigencias cambiantes de la población, el incremento de habitantes, la burocratización de procesos, etc. Han impedido que fluya la celeridad de los procesos y a su vez ha generado inconformidad en los usuarios que emplean los servicios de los entes gubernamentales.

En los últimos años el gobierno nacional se ha preocupado por brindar capacitación permanente a los servidores públicos, aunque esto no ha dado los resultados esperados.

1.2.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA:

Para el desarrollo del presente trabajo es importante cumplir con cierta información que permita abordar los conceptos principales para establecer la problemática y generar soluciones oportunas.

En la actualidad la sociedad exige un alto nivel en los servicios prestados por las diversas administraciones públicas; debido a que los ciudadanos están cada vez más concienciados con las soluciones que reciben a cambio de su contribución al gasto público.

La experiencia muestra que la mejor solución no es crear nuevos servicios, sino adecuar los existentes a las nuevas necesidades, profesionalizando a los gestores públicos para mejorar los procesos y lograr mejores resultados.

1.2.1. Marketing de servicio

Según (Picart, 2008), en su libro. Marketing de servicios para administraciones públicas con los ciudadanos, manifiesta que:

“Marketing de servicios es un proceso de producción de servicios –un método o sistema, en definitiva– que identifica y anticipa deseos, necesidades y problemas de los ciudadanos para satisfacerlos de una forma rentable para el ciudadano usuario, el trabajador del servicio y la administración pública que los ofrece.”. Pág. 21

Según Kotler “es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo y obtener así una utilidad”. Pág.2

Por ello se considera que el marketing de servicios es un sistema que permitirá al GAD Municipal de Santa Elena mejorar notablemente la gestión, producción, comunicación y prestación de sus servicios, garantizando a sus usuarios el acceso a servicios de calidad.

1.2.2. Producción de servicios

Según (Picart, 2008), en su libro. Marketing de servicios para administraciones públicas con los ciudadanos, manifiesta que, “ La producción de servicios supone la decidida voluntad de optar por resultados ciudadanos de calidad evaluables, por

equipos de alto rendimiento y con buen clima, por estrategias, por directivos, por resolver problemas y no crearlos o acomodarse en ellos con un lamento eterno y estéril, por comunicar, por trabajar con recursos escasos, por subrayar la línea de servicios de la administración como el espacio más significativo de la organización, por descentralizar recursos, en definitiva, facilitar respuestas de servicios públicos a necesidades ciudadanas priorizadas, con satisfacción, calidad y complicidad relacional.” Pág. 20

El GAD Cantonal de Santa Elena considera que la producción de servicios es muy importante debido a que le permite optimizar sus recursos en los diversos ámbitos con la finalidad de hallar soluciones oportunas a las necesidades de cada uno de los usuarios que acuden a la institución para brindar una atención de calidad.

1.2.3. Servicio público

Según (Picart, 2008), en su libro. Marketing de servicios para administraciones públicas con los ciudadanos, manifiesta que, “Los servicios públicos son un espacio para satisfacer, sólo y demasiado, los deseos, las necesidades y los problemas identificados de los ciudadanos.” Pág. 28

(Dra. María Beatriz Casermeiro, 2009), en su libro. Calidad en los servicios públicos, menciona que, “Es una actividad exclusiva del Estado, organizada conforme a disposiciones legales reglamentarias vigentes, con el fin de satisfacer de manera continua, uniforme y regular las necesidades de carácter colectivo y, por ende, de interés general, que se realiza por medio de la administración pública.” Pág. 9

El GAD Cantonal de Santa Elena enmarca sus actividades dentro del área del servicio público la misma que puede ser considerada como una actividad que regula sus operaciones a través de un marco legal y reglamentario espululado en los códigos vigentes, con el fin de satisfacer a la ciudadanía en general sin detrimento o distinción alguna.

1.2.4. El equipo de producción del servicio

Según (Picart, 2008), en su libro. Marketing de servicios para administraciones públicas con los ciudadanos, manifiesta que, “Un equipo de servicio es indispensable para la producción del servicio. Son ellos los que están en contacto con el ciudadano. Un equipo es el conjunto de trabajadores públicos que se les propone unos resultados y los consiguen. El resultado: satisfacer las necesidades de un grupo de ciudadanos, con un servicio competitivo y productivo.” Pág. 34

En el GAD Santa Elena, el equipo de producción del servicio representa la clave del éxito en la administración pública municipal, en otras palabras, este equipo lo conforman los servidores públicos que laboran en los diferentes departamentos del GAD Santa Elena, en ellos recae el peso de que la institución pública ofrezca a toda la ciudadanía un servicio óptimo y de calidad y a su vez satisfacer sus necesidades.

1.2.5. Atención al cliente

Según, (Torres, 2010), en su libro. Calidad total en la atención al cliente: pautas para garantizar la excelencia en el servicio, nos menciona que, “La atención al usuario comprende el conjunto de políticas, procedimientos, disponibilidad de tecnologías, medios, recursos humanos y demás niveles operativos, de toda la organización que estén vinculados directa o indirectamente a la satisfacción del usuario, durante todo el tiempo y en todo lugar en que usufructúe el servicio. Además es lo que los clientes esperan recibir como resultado de la imagen, el precio y la reputación del servicio.” Pág. 36

Enrique Hernández (2009) establece que la atención al cliente “Es el servicio que prestan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes, en caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales

opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores”. Pág. 4

La atención es un elemento que el GAD cantonal de Santa Elena se esfuerza por mejorar debido a que es el soporte que le permite satisfacer a sus usuarios cumpliendo con diversos parámetros para superar sus expectativas y que se sientan que son importantes para la institución.

1.2.6. Componentes de la calidad de servicio.

(Abadi, 2008), en su libro, Calidad de servicio, manifiesta que la calidad de servicio se compone de diversos factores que se detalla a continuación:

Confiabilidad. La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.

Accesibilidad. Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido.

Respuesta. Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido.

Seguridad. Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.

Empatía. Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente.

Tangibles. Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y los empleados, estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente. Pág.6

El servicio que ofrece el GAD Santa Elena debe poseer varias dimensiones o componentes que al unirlos formen un servicio óptimo y sobre todo de calidad,

esto llevará a la concurrencia y confianza de toda la población del Cantón y se sentirán satisfechos por una administración pública que si piensa en ellos. Todo servicio que presta el GAD Santa Elena debe ser de confianza, segura, cálido, de acceso fácil y rápido para el usuario que requerirá satisfacer una necesidad.

1.2.7. Las 8p's del servicio

Lovelock, Christopher y Writz, Jochen (2009) consideran que el marketing de servicios a diferencia del marketing enfocado a productos donde se estudian los cuatro elementos estratégicos básicos: producto, precio, plaza y promoción se diferencia por utilizar un agregado en el desempeño de los servicios donde se habla de elementos del producto, lugar y tiempo, precio y otros costos para el usuario, y promoción y educación.

- **Elementos del producto:** los productos de servicios constituyen el núcleo de la estrategia de marketing de una empresa. Si un producto está mal diseñado, no creará un valor para los clientes, incluso si las Ps restantes están bien ejecutadas. La planeación de la mezcla de marketing inicia con la creación de un concepto de servicio que ofrezca valor a los clientes meta y que satisfaga mejor sus necesidades que las alternativas de la competencia. El esfuerzo por convertir este concepto en realidad implica el diseño de un grupo de elementos diferentes, pero mutuamente reforzadores. Los productos de servicios consisten en un bien fundamental, que responden a una necesidad primaria del cliente, y en un conjunto de elementos del servicio complementario, que ayudan al cliente a utilizar el producto fundamental de manera eficaz, así como a agregar valor por medio de mejoras bien aceptadas.
- **Lugar y tiempo:** la entrega de elementos de productos a clientes implica decisiones sobre donde y cuando deben entregarse, así como los canales apropiados. Pudiéndose incluir canales físicos o electrónicos (o ambos) dependiendo de la naturaleza del servicio. El uso de servicios de planeación de mensajes y de Internet permite que los servicios basados en la información sean entregados en el ciberespacio para ser recuperados en el lugar y en el momento más convenientes para los clientes. Las empresas pueden entregar servicios de forma directa a los usuarios finales o a través de organizaciones intermediarias, como las tiendas al detalle que reciben una cuota o comisión por realizar ciertas tareas relacionadas con las ventas, el servicio y el contacto con el cliente. La rapidez y la comodidad del

lugar y el momento se han convertido en factores importantes en la entrega eficaz de un servicio.

- **Precio y otros costos para el usuario:** representan las perspectivas afines de la empresa de servicios y sus clientes, al igual que el valor del producto. Para los proveedores, la estrategia de fijación de precios es el mecanismo financiero a través del cual se genera el ingreso, con el fin de compensar los costos del encuentro del servicio y crear un excedente de ganancia.
- **Promoción y Educación:** ¿Que debemos decirles a los clientes actuales y a los potenciales acerca de nuestros servicios? Ningún programa de marketing puede tener éxito sin comunicaciones efectivas. Es por eso que es fundamental proporcionar la información y consejo necesario, persuadir a los clientes meta de los méritos de una marca o producto de servicio en particular y animarlos a actuar en momentos específicos.
- **Proceso:** los gerentes inteligentes saben que, en lo que se refiere a los servicios, la manera en la que una empresa hace su trabajo "los procesos subyacentes". Los procesos mal diseñados provocan una entrega de servicios lenta, burocrática e ineficiente, pérdida de tiempo y una experiencia decepcionante. Además, dificultan el trabajo del personal que tiene contacto con el cliente, lo que da como resultado una baja productividad y una mayor probabilidad de que el servicio fracase.
- **Entorno físico:** la apariencia de la infraestructura, el mobiliario, los uniformes del personal, los letreros, los materiales impresos y otras señales visibles ofrecen evidencia tangible de la calidad del servicio de una empresa. Las empresas de servicio deben manejar la evidencia física con cuidado, porque ejerce un fuerte impacto en la impresión que reciben los clientes.
- **Personal:** independientemente de los avances tecnológicos, muchos servicios siempre requerirán de interacción directa entre los clientes y el personal de contacto. La naturaleza de estas interacciones influye de manera importante en la forma en que los clientes perciben la calidad del servicio.
- **Productividad y calidad:** el mejoramiento de la productividad es esencial para cualquier estrategia de reducción de costos. El mejoramiento de la calidad, la cual debe definirse desde la perspectiva del cliente, es esencial para la diferenciación del producto y para fomentar la satisfacción y lealtad del consumidor

Representan todas las variables que debe poseer el servicio al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, mediante estos elementos se diseñara estrategias que potencialice y mejore el servicio que se

ofrece, el tiempo y lugar donde se entregue el servicio, el valor del servicio, la promoción, los procesos que se realizan, la evidencia física, el personal y la calidad.

1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

1.3.1 Constitución de la República del Ecuador 2008

La constitución del Ecuador vigente desde el 2008 en su capítulo séptimo referente a la administración pública en su sección primera del sector público establece que forman parte de este sector todas aquellas entidades en los diversos tipos de funciones sean esta ejecutiva, legislativa, judicial, electoral y de transparencia y control social, etc. que formen parte de los diferentes niveles de gobierno. Además establece en su artículo 227 que la administración pública como lo es el caso del GAD Cantonal de Santa Elena presta un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.

El Gobierno autónomo descentralizado cantonal de Santa Elena es un régimen especial como se establece en el artículo 253 integrado por su alcaldesa o alcalde y las/los concejales elegidos por votación popular y son quienes cumplirán con las competencias asignadas para esta entidad como lo son la planificación territorial, planificación nacional, regional, provincial y parroquial, vialidad urbana, prestación de servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras, control del transporte público dentro de su territorio cantonal, equipamientos de salud y educación, etc. Cabe destacar que el GAD Cantonal de Santa Elena se rige a las siguientes leyes jurídicas:

- ♦ **COOTAD.-** Código orgánico de organización territorial autonomía y descentralización.
- ♦ **LOSCCA.-** Ley orgánica del servicio civil y carrera administrativa de unificación y homologación de las remuneraciones del sector público.
- ♦ **LOSEP.-** La ley orgánica de servicio público.

1.4. MARCO REFERENCIAL/MARCO SITUACIONAL.

El cantón Santa Elena es una entidad territorial de la Provincia de Santa Elena, cuya cabecera cantonal es la ciudad de Santa Elena, lugar donde se agrupa gran parte de su población total.

El Cantón Santa Elena se encuentra situado al oeste de la provincia y limita al norte con el cantón Puerto López de la provincia de Manabí, al sur con el Océano Pacífico y el cantón Playas; al este con los cantones Pedro Carbo, Isidro Ayora y Guayaquil de la provincia del Guayas; y al oeste con los cantones La Libertad, Guayas y el Océano Pacífico.

El cantón se divide en parroquias que pueden ser urbanas o rurales y son representadas por los Gobiernos Parroquiales ante la Alcaldía de Santa Elena.

Cuadro 3 División territorial del Cantón Santa Elena

Parroquias urbanas	Parroquias rurales
Ballenita Santa Elena	Ancón Atahualpa Chanduy Colonche Manglaralto Simón Bolívar

Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Su territorio tiene una extensión de 3.669 km² y su población llega a 144 076 habitantes, según los datos obtenidos en el último censo de población y vivienda efectuado por el INEC en el 2010.

El cantón Santa Elena, se rige por el Gobierno Municipal de Santa Elena que es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central.

La municipalidad está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde, y otro de carácter legislativo conformado por los miembros del concejo cantonal. El Alcalde es la máxima autoridad administrativa y política del Cantón Santa Elena. Es la cabeza del cabildo y representante del Municipio.

El municipio cuenta con cinco niveles administrativos detallados a continuación:

- Directivo.
- Ejecutivo.
- Asesor.
- Apoyo.
- Operativo.

El Gobierno Municipal del cantón Santa Elena cuenta con 174 años en el mercado y a la vez no cuenta con un plan de marketing de servicios que le permita fortalecer y potencializar su cadena de servicio, logrando con ello una atención al usuario eficiente y de calidad, buscando siempre un trato justo y digno a toda la población que conforma el Cantón Santa Elena.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

Este diseño de investigación constituirá una estructura o plano para conducir un proyecto de investigación de mercado, puesto que se detallará los procedimientos necesarios para obtener la información que se requiere a fin de estructurar o resolver los problemas de investigación.

La investigación de mercado ayudará a obtener información cualitativa y cuantitativa de la percepción de la calidad del servicio que se brinda en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, que permitan la elaboración de un plan de marketing de servicio efectivo.

Para esta investigación se tomará en cuenta a la población del Cantón Santa Elena, dicha que tiene 144076 habitantes según el VII Censo de Población realizado por el INEC en el 2010, la misma que será objeto de estudio.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN:

Se empleará la modalidad de investigación de campo que permite la intervención del investigador en el lugar donde ocurren los hechos en consideración. A través de esta modalidad, se establecen las relaciones entre la causa y el efecto, tomando en consideración las opiniones de las partes que permitan realizar un trabajo efectivo.

Las modalidades de la investigación que se tomará para este estudio son:

2.2.1. Investigación de Campo

Esta investigación se basa en el estudio que permite la participación real del investigador o los investigadores, desde el mismo lugar, es decir, en el GAD Santa Elena, a través de esta modalidad, se establecerán los diferentes problemas que se están generando por la inconformidad de los usuarios.

2.2.2. Investigación Documental

Esta investigación se basará en el estudio que se realiza a partir de la revisión de diferentes fuentes bibliográficas o documentos que facilite el GAD Santa Elena, con el fin de analizar e interpretar las opiniones, las conclusiones y recomendaciones que han desarrollado en la institución.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Los tipos de investigación que se tomará en cuenta en este estudio son:

2.3.1. Investigación Exploratoria

Esta investigación tendrá la finalidad de obtener con rapidez, ideas y conocimientos de la situación que enfrenta el GAD Santa Elena, proporcionando así una comprensión del problema que enfrentará el investigador y a su vez ayudará para familiarizarse con dicha situación.

Es el paso inicial del estudio en el GAD Santa Elena, la cual ayudará a la toma de decisiones ya que la misma proporciona información y a su vez tiene como objetivo crear hipótesis sobre la causa de la situación de decisión.

Los tipos de investigación que se emplearán en esta investigación son:

2.3.1.1. Por el propósito

Esta investigación será aplicada, debido a que está orientada a mejorar la calidad del servicio y atención al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena.

2.3.1.2. Por el lugar

Se comparará este problema con el de otras ciudades donde también se brindan este tipo de servicios de parte de dependencias del estado a la ciudadanía en general e inclusive no necesariamente deben ser entes municipales.

2.3.1.3. Investigación Concluyente

El objetivo que tendrá este tipo de investigación en el estudio que se realizará para el GAD Santa Elena, es proporcionar información para la evaluación de los cursos alternativos de acción, y ésta se sub-clasifica en:

2.3.1.4. Investigación Descriptiva

Tendrá como propósito describir algo, que frecuentemente son las características del mercado y su funcionamiento.

Esta investigación se basará en definir un diseño de investigación con una estructura muy cuidadosa, con la finalidad de que la información que se recabe en el estudio al GAD Santa Elena sea confiable y así realizar pronósticos en cuanto a la ocurrencia de los fenómenos del mercadeo.

2.3.1.5. Investigación Causal

El fin que tendrá este tipo de investigación es el descubrir la relación causa-efecto, es decir, que provoca la insatisfacción de los usuarios del GAD Santa Elena y a su vez obtener las evidencias del caso, en primera instancia se tratará de entender que variables son la causa, y que variables son el efecto del fenómeno, para posteriormente ver el efecto a predecir.

2.3.1.6. Investigación de Monitoreo del Desempeño.

Este tipo de investigación tendrá por objeto detectar los problemas y oportunidades que puedan presentarse, con el fin de controlar y sobre todo informar algún cambio en el desempeño del GAD de Santa Elena.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN:

La Metodología de la Investigación proveerá a este estudio con una serie de conceptos, principios y leyes que permitan encauzar de un modo eficiente y tendiente a la excelencia el proceso de la investigación científica.

Esta investigación es de carácter exploratorio y descriptivo que permitirá recabar información respecto a los requerimientos de los usuarios y de la entidad para mejorar la calidad de los servicios que prestan, así mismo identificar los puntos críticos y buscar medios viables para mejorar el proceso.

2.4.1. Método exploratorio

La finalidad de emplear el método exploratorio, es aumentar el grado de familiaridad con las causas que provocan el malestar al usuario, obtener información sobre la problemática en el GAD Santa Elena y el investigar

problemas de comportamiento humano, con esto se logrará establecer herramientas de recolección de información que permita alcanzar dichos propósitos de conocimiento público. Esto permitirá establecer cuáles son las estrategias idóneas para el plan de marketing.

2.4.2. Método descriptivo

El método descriptivo, aportará a la investigación con el conocimiento de situaciones y actitudes predominantes del GAD Santa Elena, los procesos y las personas que intervienen. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Además de los métodos antes descritos, para este estudio se utilizará otros métodos como son:

2.4.3. Método inductivo

Mediante este método se podrá analizar una porción de toda la población del Cantón Santa Elena que acude a recibir algún servicio por parte del GAD. Este método se iniciará con la observación individual de los hechos, se analiza la conducta y características del fenómeno, se hacen comparaciones, experimentos, etc., y se llega a conclusiones universales para postularlas como leyes, principios o fundamentos.

2.4.4. Método Analítico

Con este método, se podrá conocer las causas que intervienen positivamente o negativamente en el servicio al usuario, su naturaleza y los efectos que provocan en el usuario.

2.4.5. Método Objetivista

Este método de investigación aportará al estudio del GAD Santa Elena con la observación de hechos y fenómenos reales, tangibles, naturales y palpables, a fin de conocer las características reales del proceso de atención al usuario y con ello comprobar la objetividad del fenómeno observado.

2.4.6. Método Histórico

Mediante este método se podrá conocer la evolución del servicio al usuario y el desarrollo del objeto que se está investigando en el GAD Santa Elena, además, las etapas principales de cada proceso del servicio y las conexiones históricas fundamentales. Mediante el método histórico se analizará la trayectoria concreta de la teoría, y su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia.

2.4.7. Método de Experimentación

Este método permitirá crear modelos de investigación, reproducirá condiciones que se haya o se suscitarán en el GAD Santa Elena, abstraerá rasgos distintivos o únicos de la prestación del servicio que se investiga. La experimentación dependerá del conocimiento que se llegue a construir sobre la atención al usuario que ofrecen los servidores públicos, motivación del personal, su eficiencia y capacidad para ofrecerlo.

2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN:

La información obtenida en la investigación planteada tendrá su origen en las fuentes primarias y secundarias con el uso de las técnicas de investigación antes mencionadas, con el fin de desarrollar un estudio confiable y sobre todo que detalle la realidad del hecho de investigación.

La investigación que se empleará para este estudio se desarrollará directamente en el área geográfica donde se suscita el fenómeno, esto permitirá la participación directa tanto de los usuarios y empleados del GAD Santa Elena, además a esto, se realizará la observación directa e indirecta de los involucrados y así determinar con mayor exactitud la causa-efecto del fenómeno o causa de estudio.

Los instrumentos empleados en el presente proyecto fueron diseñados en función de las necesidades prioritarias de cada una de las partes involucradas y facilitara la comprensión del hecho de estudio de forma claro y confiable.

TÉCNICAS A EMPLEAR:

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
➤ Encuestas Usuarios	Cuestionario
➤ Encuestas Trabajadores	Cuestionario

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA:

2.6.1. Población:

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo Poblacional realizado en el Ecuador en el año 2010, específicamente en la Provincia de Santa Elena existe una población de 308.693 habitantes, de los cuales 144.076 habitan en el Cantón Santa Elena .

Para el estudio de usuarios se tomará en cuenta a la población que tenga igual o mayor de dieciocho años de edad hasta igual o menor de sesenta y cinco años de edad, esta población está determinada según el Instituto Nacional de Estadística y Censo Poblacional realizado en el Ecuador en el año 2010 de 84246 habitantes.

Para el estudio de trabajadores, se tomarán en cuenta exclusivamente a los 118 empleados que laboran en el palacio municipal del Cantón Santa Elena, esto se fundamenta en la aplicación del proyecto que se limita al servicio al usuario que se ofrece ahí.

2.6.2. Muestra:

Es la parte representativa que se toma de una población del Cantón Santa Elena y que corresponden a la población objeto de estudio. Para determinar el tamaño de la muestra de la población del Cantón, se empleó una muestra finita; por ende se aplicó la siguiente fórmula:

Mientras que para determinar el tamaño de la muestra de la población de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena se aplicó la muestra finita, debido a que el número de sus componentes son limitados, por ende se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot (P)(Q)(N)}{e^2(N-1) + z^2 \cdot (P)(Q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza.

N= Población.

P = Porción de aceptación.

Q = Porción de no aceptación.

e = Margen de error

POBLACIÓN DE USUARIOS DEL GAD DE SANTA ELENA

$$n = \frac{1,96^2 \cdot ((0,5)(0,5)) \cdot (86246)}{(0,05)^2(86246-1) + 1}$$

$$(1,96)^2((0,5)(0,5))$$

$$n = \frac{82830,6584}{216,5729}$$

$$n = 400 \text{ Personas}$$

El porcentaje que se tomó de muestra para la recolección de información de la población del Cantón Santa Elena, se dividió para sus parroquias urbanas y rurales, cuyos cuadros lo detallan a continuación:

Cuadro 4 Muestra de la Población del Cantón Santa Elena

PARROQUIAS URBANAS	POBLACIÓN	PORCENTAJE	MUESTRA
Santa Elena	24875	29%	115
Ballenita	7708	9%	36
TOTAL	32583	38%	151

Fuente: INEC

Elaborado por: Manuel Orellana Jara

PARROQUIAS RURALES	POBLACIÓN	PORCENTAJE	MUESTRA
Ancón	3846	4	18
Atahualpa	2010	2	9
Chanduy	8652	10	40
Colonche	19495	23	90
Manglaralto	18128	21	84
Simón Bolívar	1532	2	7
TOTAL	53663	62%	249

Fuente: INEC

Elaborado por: Manuel Orellana Jara

POBLACIÓN GENERAL	HABITANTES	PORCENTAJE	TOTAL
-------------------	------------	------------	-------

Parroquias Urbanas	32583	38%	151
Parroquias Rurales	53663	62%	249
TOTAL	86594	100%	400

Fuente: INEC

Elaborado por: Manuel Orellana Jara

La muestra que se tomará para realizar las encuestas será de 400 personas para dar mayor respaldo a la investigación, las mismas que serán divididas tanto para la zona urbana como para la zona rural que conforman el Cantón Santa Elena.

POBLACIÓN SERVIDORES PÚBLICOS DEL GAD SANTA ELENA

$$n = \frac{1,96^2 \cdot ((0,5)(0,5)) \cdot (118)}{(0,05)^2(118 - 1) + (1,96)^2((0,5)(0,5))}$$

$$n = \frac{113,3272}{1,2529}$$

$$n = 90 \text{ personas}$$

La muestra de los empleados del GAD Santa Elena a los que se encuestarán será de 90 personas, los cuales serán elegidos de todos los departamentos y en base a la división que se detalla a continuación:

Cuadro 5 Muestra de empleados

TIPO CONTRATO	EMPLEADOS	PORCENTAJE	MUESTRA
Contrato	77	65%	58

Nombramiento	41	35%	32
TOTAL	118	100%	90

Fuente: GAD Santa Elena
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Este valor proviene de los 118 empleados que laboran dentro del cabildo municipal del Cantón Santa Elena, los cuales el 65% de ellos poseen contratos ocasionales y el 35% poseen nombramientos, estos porcentajes se toma de referencia a los 90 empleados a ser encuestados y así determinar cuántas encuestas se deben realizar a empleados con nombramiento y cuántos empleados con contratos ocasionales.

2.7. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación que se llevó a cabo es conocida como descriptiva ya que se recabó información relativa a la percepción que tienen los usuarios de los diversos servicios que se brindan en la municipalidad de Santa Elena para poder identificar las falencias y a su vez generar soluciones oportunas.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

3.1. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS:

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos de investigación se contó con la colaboración de la Msc. Jessica Linzán Rodríguez y la MSc Roxana Álvarez Acosta, los mismos que revisaron minuciosamente el instrumento y efectuaron los cambios pertinentes a fin de obtener una herramienta confiable y precisa que permita recabar información efectiva.

El instrumento empleado considera las variables establecidas en la investigación. Cabe recalcar que los profesionales que colaboraron con la validación del instrumento poseen habidos conocimientos y experiencia en este campo. Este proceso duro aproximadamente 3 horas con cada una de los docentes en distintas fechas y horarios.

3.2. EJECUCIÓN DE LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN:

La recolección de información es una de las etapas primordiales en esta investigación porque de este se obtiene, registra, procesa y analiza los datos necesarios para el objeto de estudio.

Se realizó encuestas a 400 habitantes del Cantón Santa Elena en un periodo de 8 días, se tomó en consideración a aquellas personas mayores de 18 años que realizan sus diligencias en el GAD Cantonal, y a su vez a empleados que laboran dentro del palacio municipal.

3.3. TABULACIÓN

3.3.1. Análisis de resultado usuarios

DATOS PERSONALES: EDAD DE LOS ENCUESTADOS

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 6 Edad de los encuestados

MOJ-UPSE-MKT - (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
18-25	68	17%
26-33	76	19%
34-41	74	19%
42-49	80	20%
50-57	66	17%
58-65	36	9%
TOTAL	400	100%

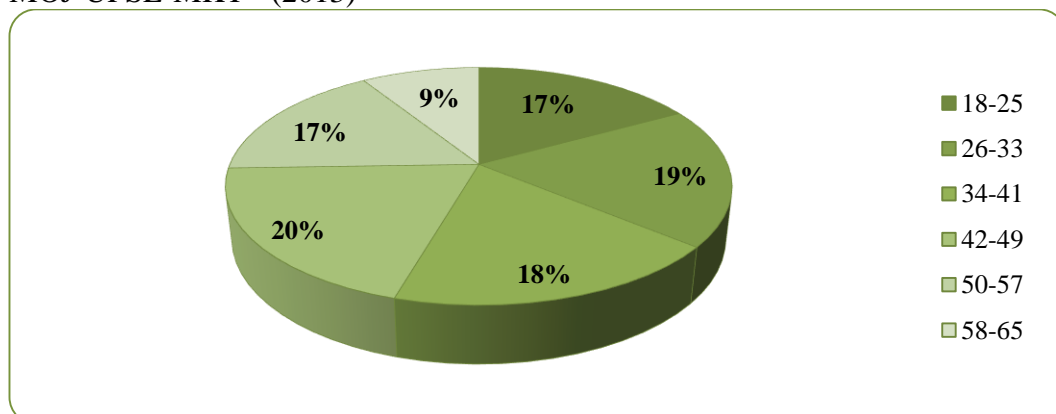
Fuente: Encuestas a usuarios

Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°.1

Gráfico 1 Edad de los encuestados

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios

Autor: Manuel Orellana Jara

Los datos recopilados demuestran una gran similitud de edades de los encuestados, lo que proporciona comentarios parejos de los diferentes rangos de edades.

DATOS PERSONALES: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 7 Género de los encuestados

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

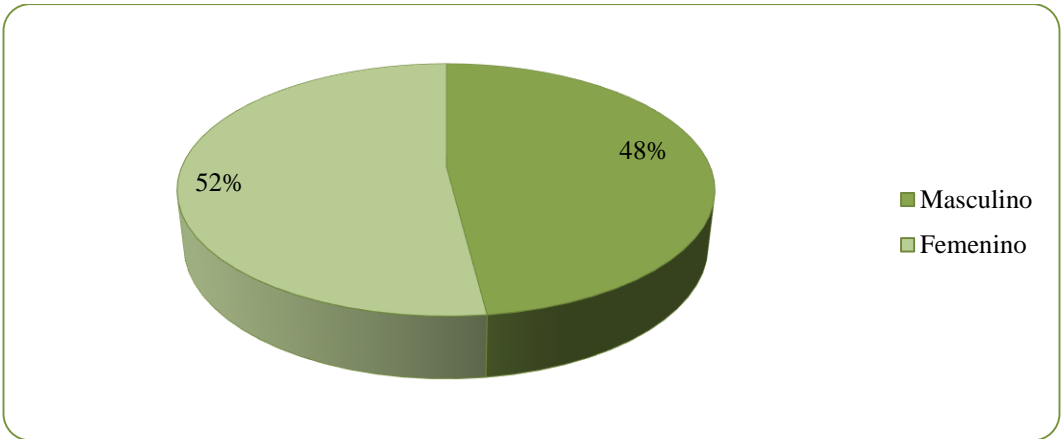
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	192	48%
Femenino	208	52%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°.2

Gráfico 2 Género de los encuestados

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

El análisis de este cuadro manifiesta que, como se estipula en el último censo nacional, las mujeres conforman la mayoría de los habitantes en el país, en esta ocasión se tomó en consideración a 208 mujeres que conforman más de la mitad de la población encuestada.

1. ¿A qué departamento del GAD Santa Elena se acercó Usted para realizar algún trámite?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 8 Departamentos a los que acuden los encuestados

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Alcaldía	22	5%
Secretaria General	48	12%
Avalúos y Catastros	74	19%
Obras Públicas	56	14%
Recaudación	100	25%
Comisaria	28	7%
Talento Humano	36	9%
Jurídico	34	9%
Otro	2	1%
TOTAL	400	100%

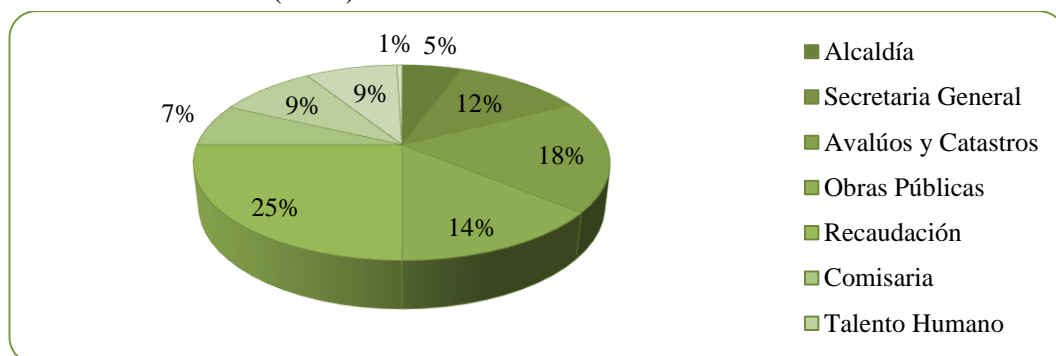
Fuente: Encuestas a usuarios

Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°3

Gráfico 3 Departamentos a los que acuden los encuestados

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios

Autor: Manuel Orellana Jara

El análisis de este gráfico nos manifiesta que más de la mitad de la población encuestada, se acercan a departamentos con competencia en cobros, avalúos y obras públicas. Esto indica que la mayor proporción de los habitantes se preocupan de sus viviendas y de los rubros que deben cancelar. Por otro lado el departamento menos visitado es la alcaldía con una porción mínima de los encuestados.

2. ¿Con qué frecuencia usted se acerca al GAD Santa Elena?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 9 Frecuencia de visita de los encuestados

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

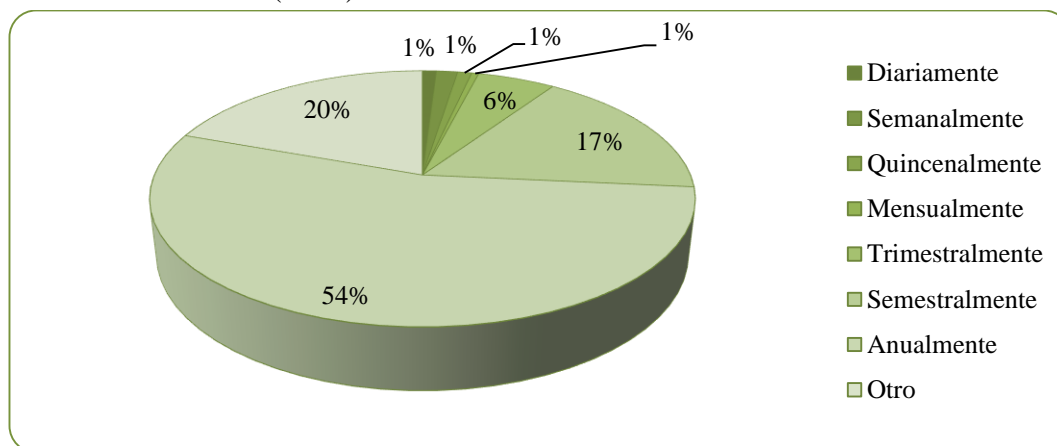
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Diariamente	4	1%
Semanalmente	6	1%
Quincenalmente	4	1%
Mensualmente	2	1%
Trimestralmente	22	6%
Semestralmente	68	17%
Anualmente	216	54%
Otro	78	20%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°.4

Gráfico 4 Departamentos a los que acuden los encuestados

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

Este cuadro nos indica que más de la mitad de los encuestados visitan una vez al año el Cabildo Municipal, esto ratifica la pregunta anterior, que la mayoría de los habitantes visitan el Municipio para pagar los impuestos anuales de sus viviendas o locales.

3. ¿Cómo calificaría usted la infraestructura del GAD Santa Elena?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 10 Calificación de la infraestructura

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

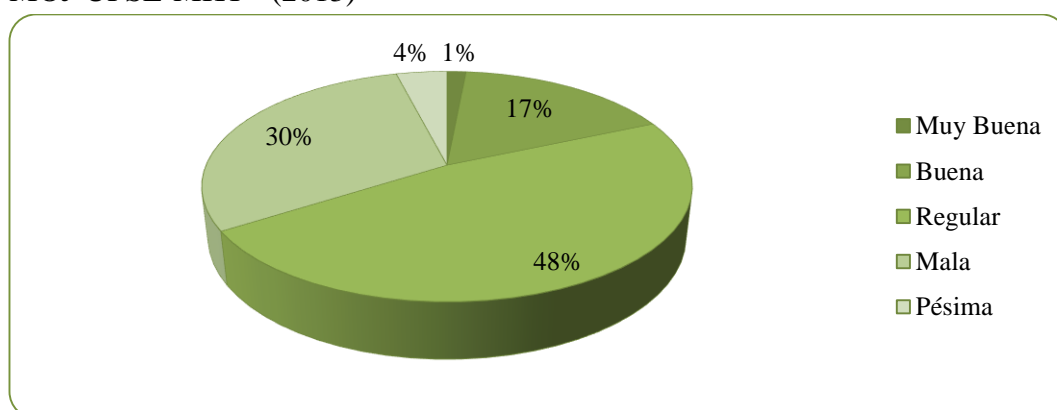
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy Buena	6	1%
Buena	68	17%
Regular	190	48%
Mala	120	30%
Pésima	16	4%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°.5

Gráfico 5 Calificación de la infraestructura

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

La infraestructura del GAD Santa Elena es uno de los factores con mayor resistencia por parte de los habitantes, esto lo demuestra la opinión de más de las tres partes de los encuestados que han calificado entre regular, mala y pésima. Siendo una debilidad del GAD Santa Elena, lo más recomendable es mejorarla y subir de la cuarta parte de los encuestados que lo califica como buena y muy buena.

4. ¿Cómo calificaría el servicio por parte de los servidores públicos que laboran en el GAD Santa Elena?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 11 Calificación del servicio al usuario

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

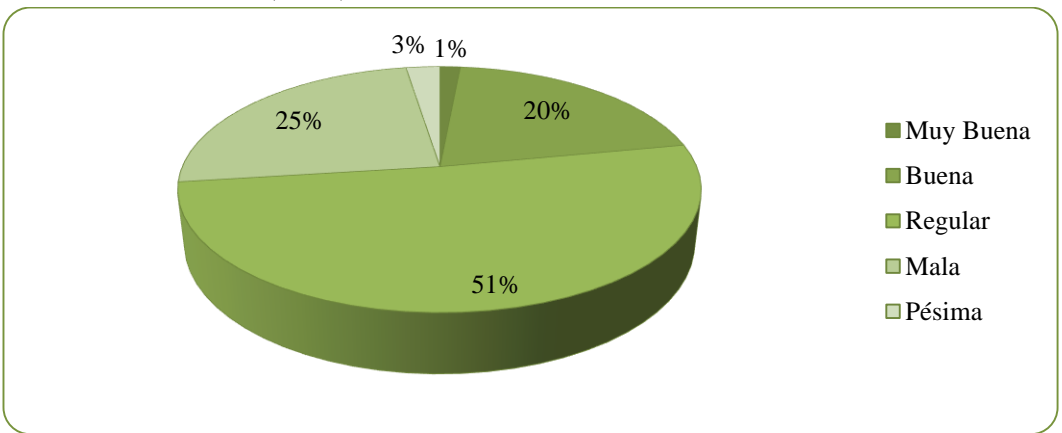
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy Buena	6	1%
Buena	82	20%
Regular	204	51%
Mala	98	25%
Pésima	10	3%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°.6

Gráfico 6 Calificación del servicio al usuario

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

Siendo el servicio el motor de la cadena de valor que posee una institución pública, en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena esta variable posee mucha deficiencia, puesto que las de las tres partes de los encuestados la califican como regular, mala y pésima, por lo que se debería tomar medidas para que este efecto disminuya sustancialmente y se piense en la satisfacción de los usuarios.

5. ¿Cómo calificaría la tecnología con la que cuentan los departamentos del GAD Santa Elena?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 12 Calificación de la tecnología

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy Buena	4	1%
Buena	51	13%
Regular	256	64%
Mala	81	20%
Pésima	8	2%
TOTAL	400	100%

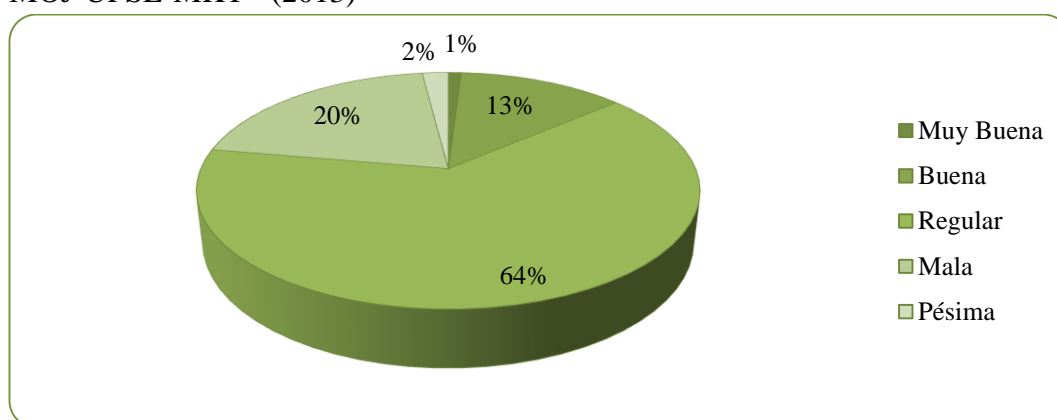
Fuente: Encuestas a usuarios

Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°.7

Gráfico 7 Calificación de la tecnología

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios

Autor: Manuel Orellana Jara

El análisis de este cuadro nos indica que más de sexta parte de los encuestados, piensan que la tecnología que cuenta el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena es regular y las dos partes de los encuestados la califican como mala. Son porcentajes muy altos que determina una deficiencia alta en esta variable. Esto demuestra que gran parte de los procesos siguen siendo manuales y no sistematizados como debería serlo para ofrecer un servicio ágil y rápido.

6. ¿Cree usted que la cantidad de servidores públicos que trabajan en el GAD Santa Elena son suficientes para atender a la ciudadanía?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 13 Cantidad de servidores públicos

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	190	47%
No	210	53%
n/s n/r	0	0%
TOTAL	400	100%

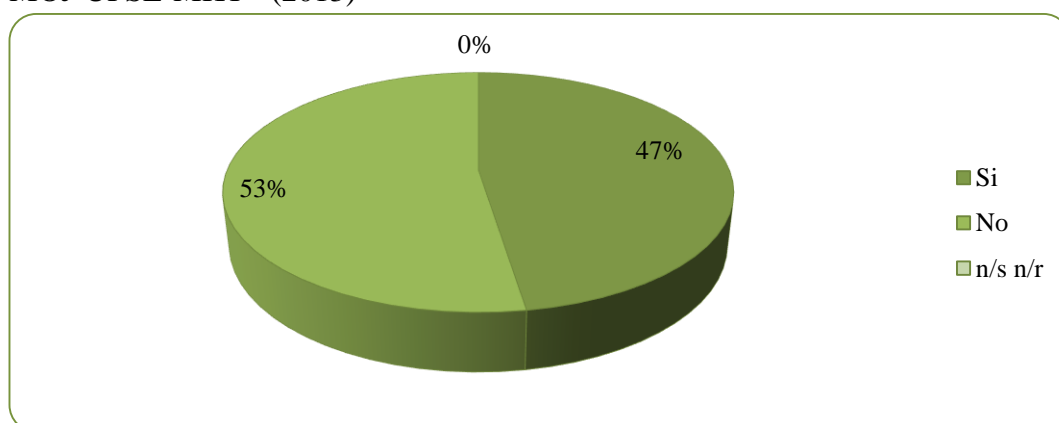
Fuente: Encuestas a usuarios

Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°.8

Gráfico 8 Cantidad de servidores públicos

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios

Autor: Manuel Orellana Jara

El análisis de esta pregunta detalla la opinión de los encuestados que parten desde la perspectiva de tiempo de atención y respuesta de los procesos, por lo que más de la mitad de los encuestados, piensan que no es suficiente la cantidad de empleados que laboran en el GAD Santa Elena para atender a los usuarios.

7. ¿Ha tenido algún inconveniente con un servidor público del GAD Santa Elena en relación a sus funciones laborales?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 14 Inconvenientes con los servidores públicos

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

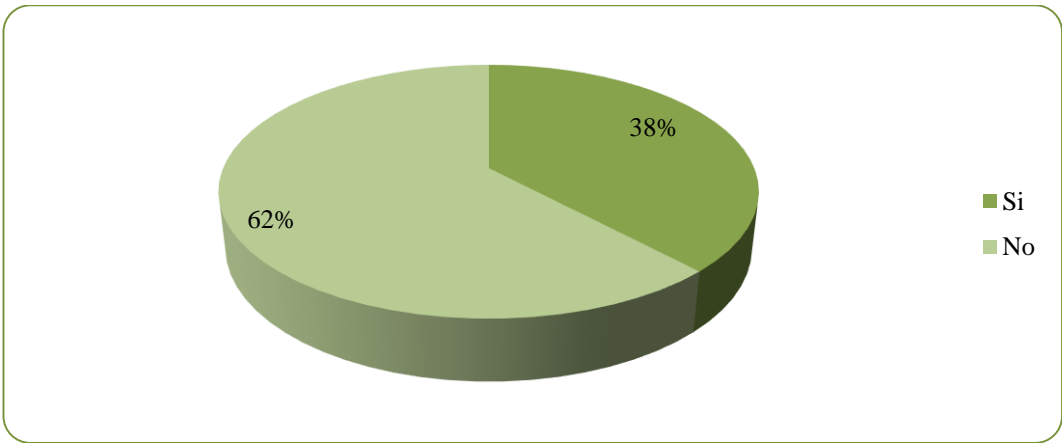
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	152	38%
No	248	62%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°.9

Gráfico 9 Inconvenientes con los servidores públicos

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

El análisis de este cuadro indica que más de la mitad de los encuestados no han tenido ningún inconveniente con algún empleado que labora en el GAD Santa Elena. El restante de los encuestados si lo ha tenido, aunque el porcentaje sea bajo, hay que disminuir a cero, ya que así sea un usuario que salga del Cabildo Municipal con malestar y enfado afecta sustancialmente a la imagen del GAD.

8. ¿Qué acción siguió usted?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 15 Acción que tomaron los encuestados

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

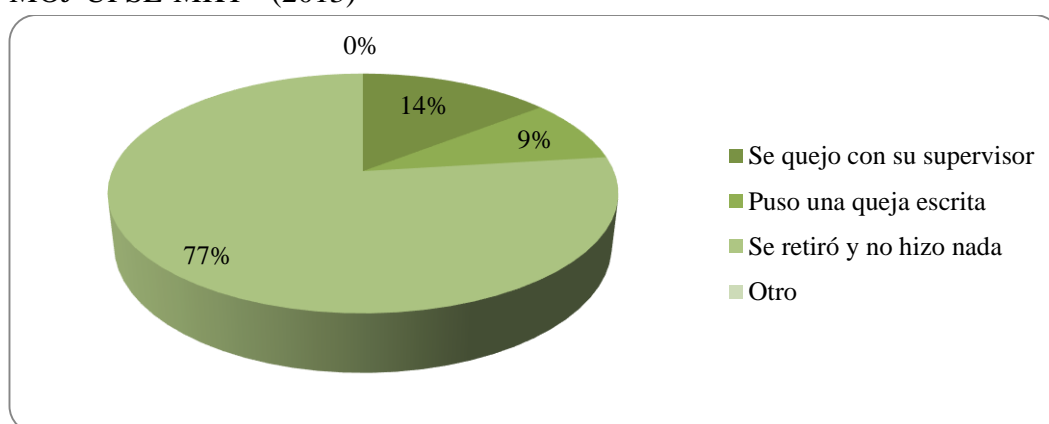
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Se quejó con su supervisor	22	14%
Puso una queja escrita	13	9%
Se retiró y no hizo nada	117	77%
Otro	0	0%
TOTAL	152	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°10

Gráfico 10 Acción que tomaron los encuestados

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

Los encuestados que han tenido algún inconveniente con empleados del GAD Santa Elena, más de séptima parte de la población, tomó la decisión de retirarse y no realizar acción alguna, no es así con el restante, que si tomó acción y reclamó su inconformidad. El hecho de que el usuario no tome alguna acción, no significa que todo está bien, al contrario, este usuario se quejará con sus personas cercanas afectando a la imagen de la institución, por otra parte, no se hace una retroalimentación para mejorar en que se falló y otra vez no volver a cometerla.

9. ¿Los servidores públicos les han solucionado los problemas con los que llegó al GAD Santa Elena?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 16 Solución de problemas

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

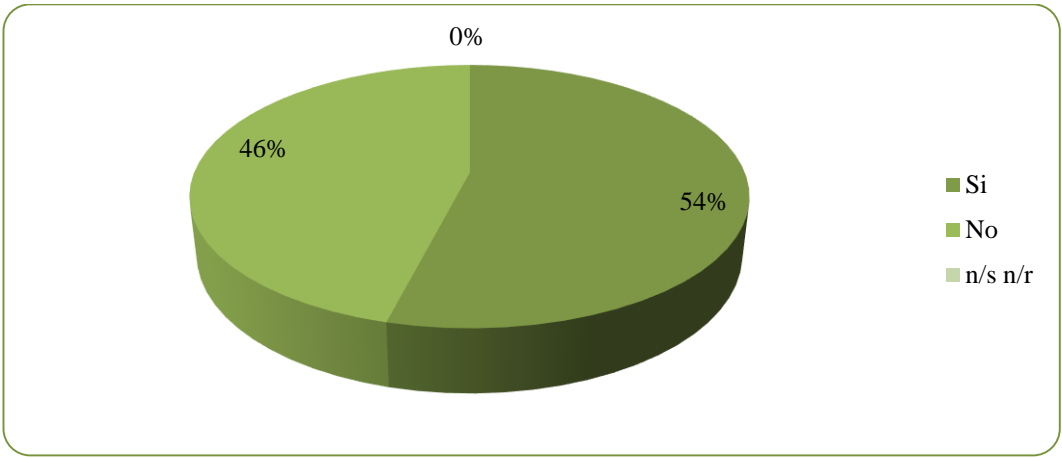
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	216	54%
No	184	46%
n/s n/r	0	0%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°11

Gráfico 11 Solución de problemas

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios

Este cuadro determina la eficiencia y la predisposición de los empleados en solucionar los problemas que conlleva el usuario. Cerca de la mitad de los encuestados, manifestaron que no solucionaron los problemas con los que llegaron al GAD Santa Elena, es una tasa elevada de deficiencia en respuesta y solución, por lo que se deben mejorar los procesos y aumentar el grado de solución.

10. ¿Cuánto tiempo esperó para ser atendido por el servidor público en el GAD Santa Elena?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 17 Tiempo de espera en ser atendido

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 a 10 minutos	16	4%
10 a 30 minutos	108	27%
30 a 60 minutos	164	41%
Más de una hora	112	28%
TOTAL	400	100%

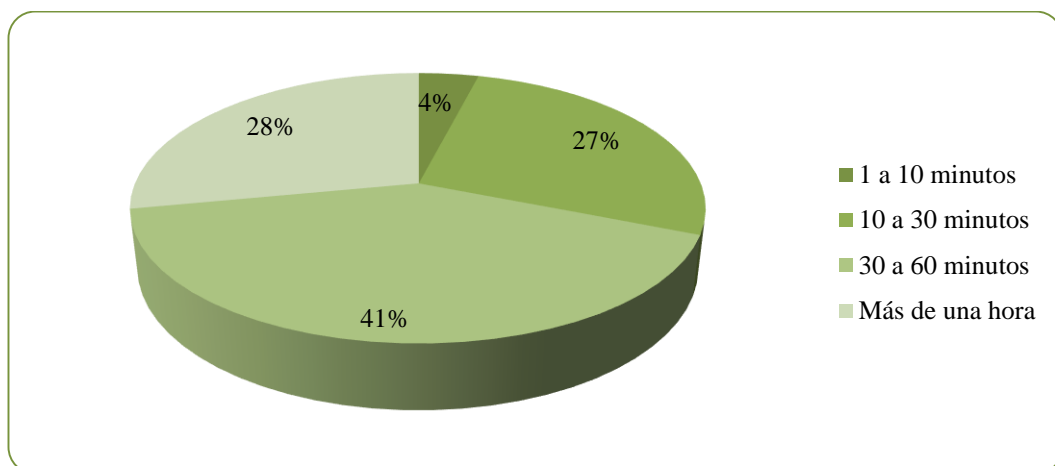
Fuente: Encuestas a usuarios

Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°12

Gráfico 12 Tiempo de espera en ser atendido

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

El tiempo de espera que indica más del 60% de la población rebasa a lo establecido en el óptimo que es menos de 30 minutos, pasado este tiempo, el usuario comienza a presentar síntomas de enojo, frustración e insatisfacción por el servicio general que ofrece el GAD Santa Elena.

11. ¿La señalética interna que posee el GAD Santa Elena es el adecuado para que un visitante pueda direccionarse rápidamente a su destino?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 18 Señalética interna

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

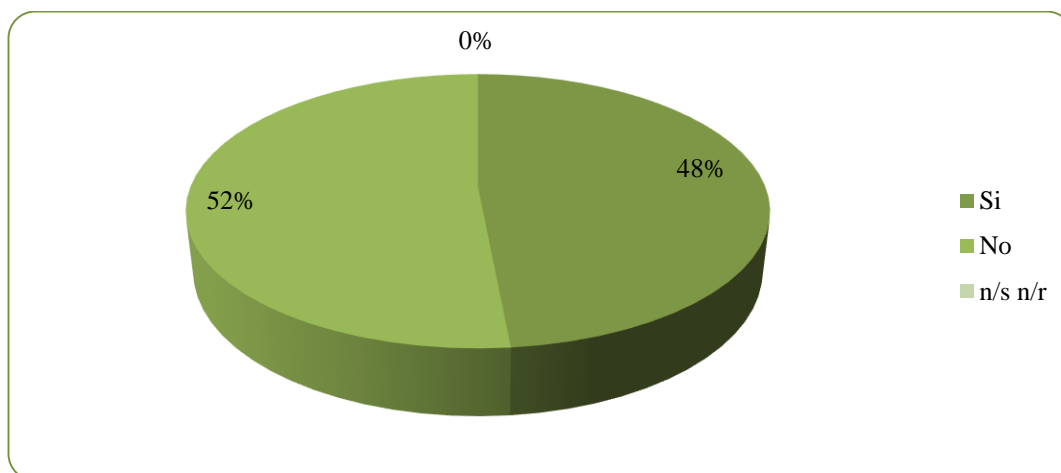
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	194	48%
No	206	52%
n/s n/r	0	0%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°13

Gráfico 13 Señalética interna

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

Más de la mitad de la población encuestada manifestó en el estudio que la señalética que posee el GAD Santa Elena no es la idónea, esto se ve en la ineficiencia en lo que se refiere a letreros que indiquen o señalen por donde tomar para dirigirse a los diferentes departamentos o el uso de diferentes bienes públicos.

12. ¿Cree usted que los servidores públicos del GAD Santa Elena están capacitados para ejercer sus funciones de la mejor forma y atender a los usuarios debidamente?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 19 Servidores públicos capacitados

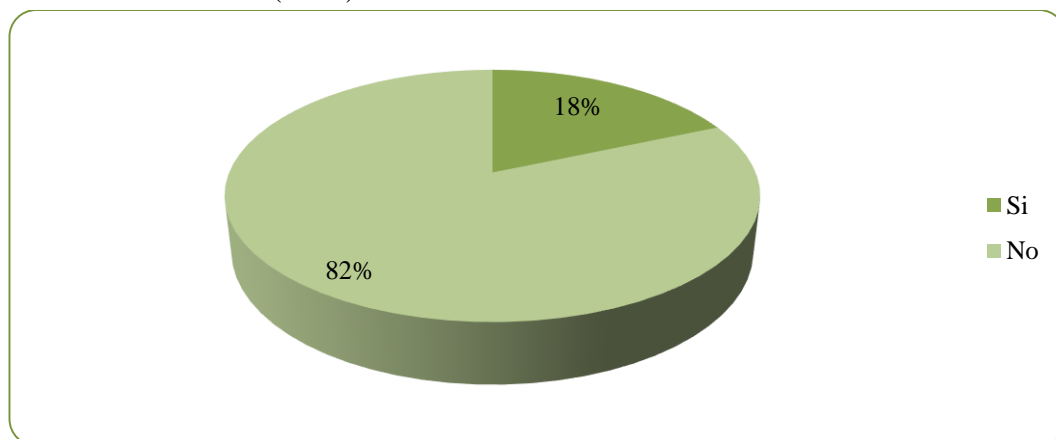
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	74	18%
No	326	82%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°14

Gráfico 14 Servidores públicos capacitados
MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

El resultado de este estudio arroja que más de la octava parte de los encuestados manifiesten que los empleados que laboran dentro del GAD Municipal de Santa Elena, no se encuentren capacitados para ofrecer un servicio de calidad al usuario. Siendo un porcentaje muy alto de deficiencia, se debería corregir inmediatamente este problema que afecta directamente a la imagen de la institución.

13. ¿En qué podrían capacitarse?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 20 En que podrían capacitarse los empleados

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

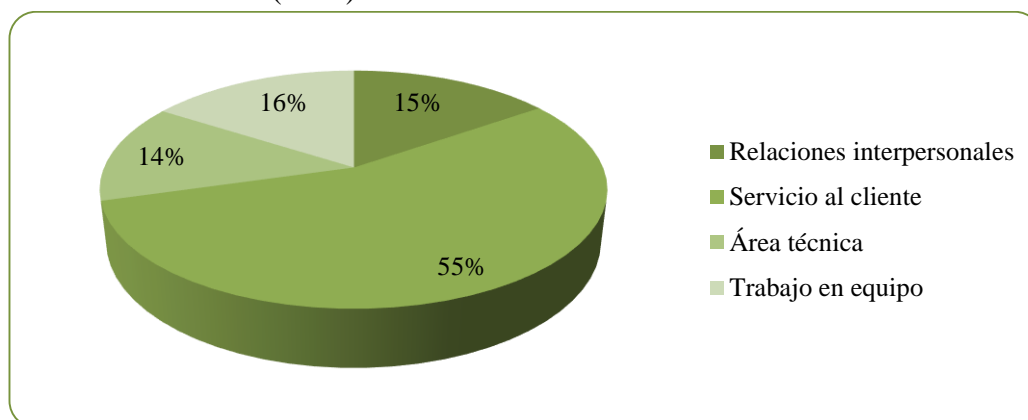
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Relaciones interpersonales	50	15%
Servicio al cliente	180	55%
Área técnica	44	13%
Trabajo en equipo	52	16%
TOTAL	326	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°15

Gráfico 15 En que podrían capacitarse los empleados

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

Más de la mitad de los encuestados piensan que los empleados del GAD Santa Elena deben capacitarse Servicio al Cliente, este resultado ratifica la pregunta anterior. Los encuestados restantes dividen sus respuestas en que deberían capacitarse en relaciones interpersonales, áreas técnicas y trabajo en equipo.

14. ¿Usted se considera un usuario satisfecho por parte del GAD Santa Elena?
 Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 21 Usuarios satisfechos

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

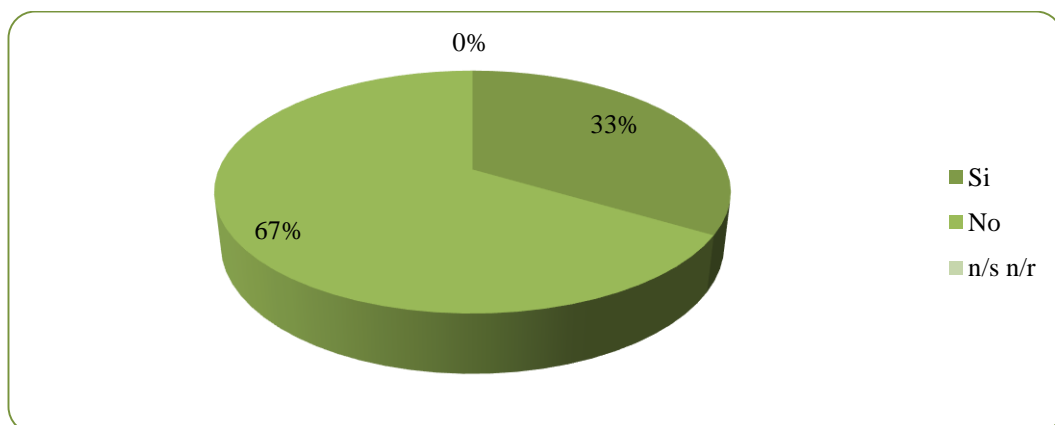
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	134	33%
No	266	67%
n/s n/r	0	0%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°16

Gráfico 16 Usuarios satisfechos

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

La mayoría de la población encuestada indicó que no se sienten satisfechos por la respuesta y atención del servicio que recibe por parte de los empleados del GAD Santa Elena, esto corrobora que dicha institución posee muchas falencias en sus procesos, por lo que está obligado a reestructurar sus objetivos de servicio.

15. ¿Qué debería mejorar el GAD Santa Elena para lograr la satisfacción de los usuarios?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 22 Mejoras al GAD Santa Elena

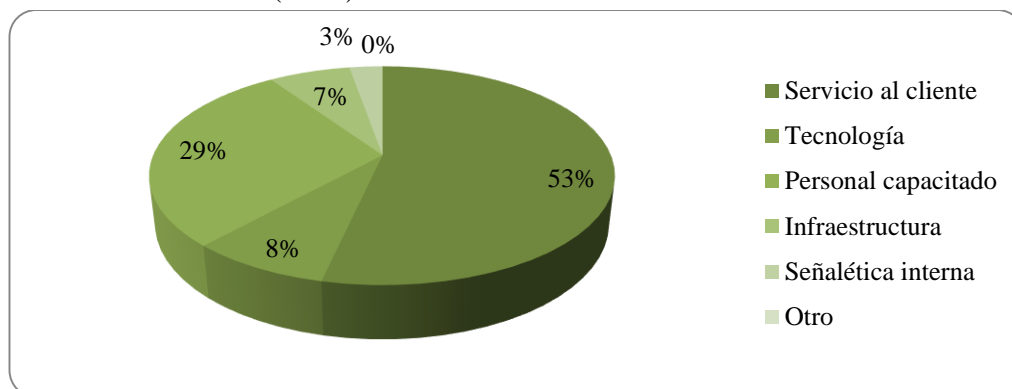
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Servicio al cliente	214	53%
Tecnología	33	8%
Personal capacitado	115	29%
Infraestructura	27	7%
Señalética interna	11	3%
Otro	0	0%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°17

Gráfico 17 Mejoras al GAD Santa Elena
MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

Este cuadro indica más de los encuestados manifestaron que el GAD Santa Elena debe mejorar en el personal capacitado y el servicio al cliente que oferta la institución pública a la ciudadanía.

3.3.2. Análisis de resultados de trabajadores

DATOS PERSONALES: GÉNERO DE LOS TRABAJADORES

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 23 Género de los trabajadores

MOJ-UPSE-MKT - (2013)

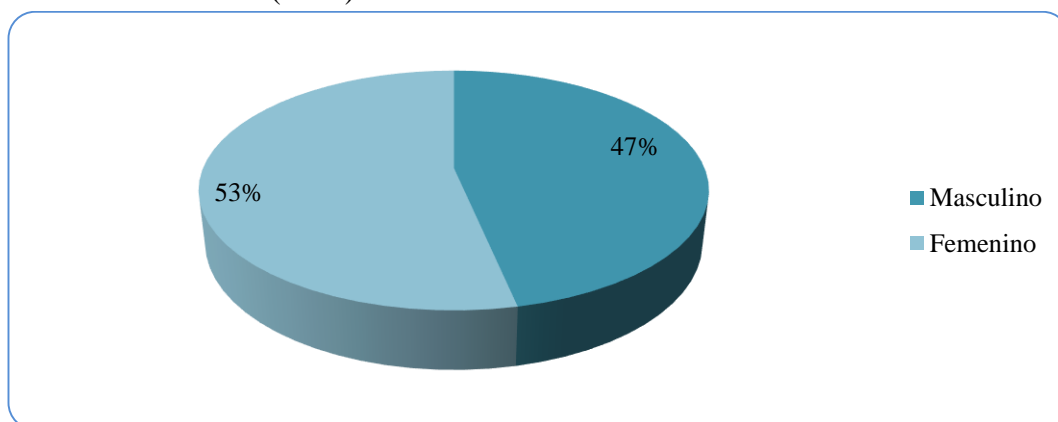
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	42	47%
Femenino	48	53%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°18

Gráfico 18 Género de los trabajadores

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

La mitad de los empleados encuestados son mujeres y el restante son hombres, lo que indica que el GAD Santa Elena contrata más mujeres que hombres.

DATOS PERSONALES: EDAD DE LOS TRABAJADORES

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 24 Edad de los trabajadores

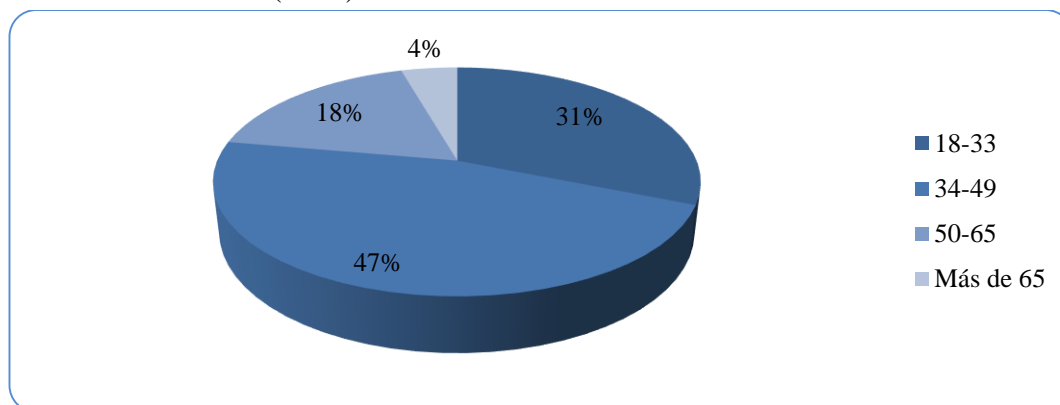
MOJ-UPSE-MKT - (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
18-33	28	31%
34-49	42	47%
50-65	16	18%
Más de 65	4	4%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°19

Gráfico 19 Edad de los trabajadores
MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

Más de la cuarta parte de los empleados que se encuestó poseen un rango de edad entre los 34-49 años de edad y un porcentaje así mismo alto, 18-33 años de edad. Esto indica que la mayoría de los empleados no tienen una longevidad elevada.

DATOS PERSONALES: AÑOS DE TRABAJO DE LOS TRABAJADORES

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 25 Años de trabajo de los empleados

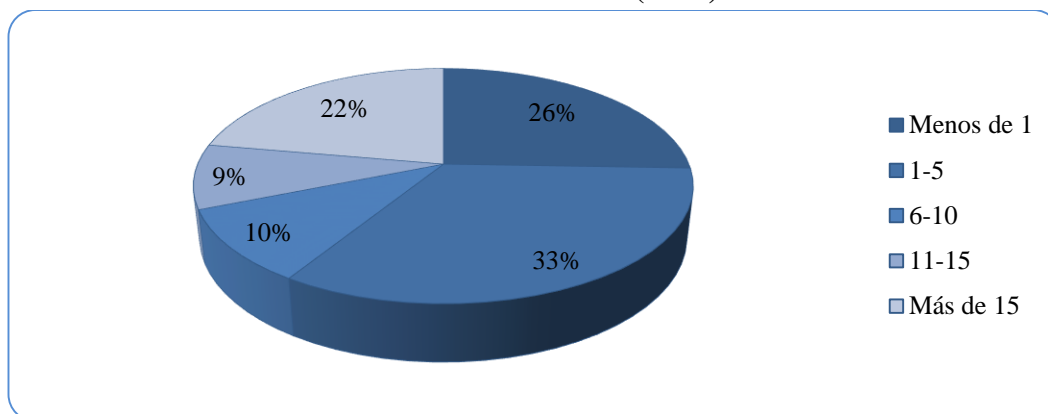
MOJ-UPSE-MKT - (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Menos de 1	23	26%
1-5	30	33%
6-10	9	10%
11-15	8	9%
Más de 15	20	22%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°20

**Gráfico 20 Años de trabajo de los empleados
MOJ-UPSE-MKT - (2013)**



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

Más de la mitad de los empleados que trabajan dentro del GAD Santa Elena, poseen menos de 5 años laborando en la institución pública, esto indica que son contratados por la nueva administración municipal.

DATOS PERSONALES: NIVEL ACADÉMICO DE LOS EMPLEADOS

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 26 Nivel académico de los empleados

MOJ-UPSE-MKT - (2013)

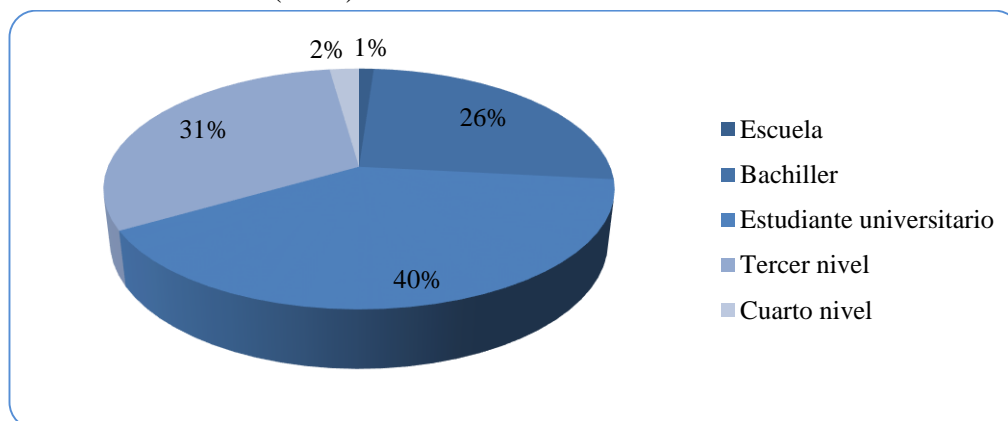
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Escuela	1	1%
Bachiller	23	26%
Estudiante universitario	36	40%
Tercer nivel	28	31%
Cuarto nivel	2	2%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°21

Gráfico 21 Nivel académico de los empleados

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores

Autor: Manuel Orellana Jara

El grado de nivel académico que indica este cuadro es superior a las tres partes de los empleados que han pasado el bachillerato y están estudiando la universidad y otra parte ya poseen el título de tercer nivel.

DATOS PERSONALES: TIPO DE CONTRATO

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 27 Tipo de contrato

MOJ-UPSE-MKT - (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	32	35%
No	58	65%
TOTAL	90	100%

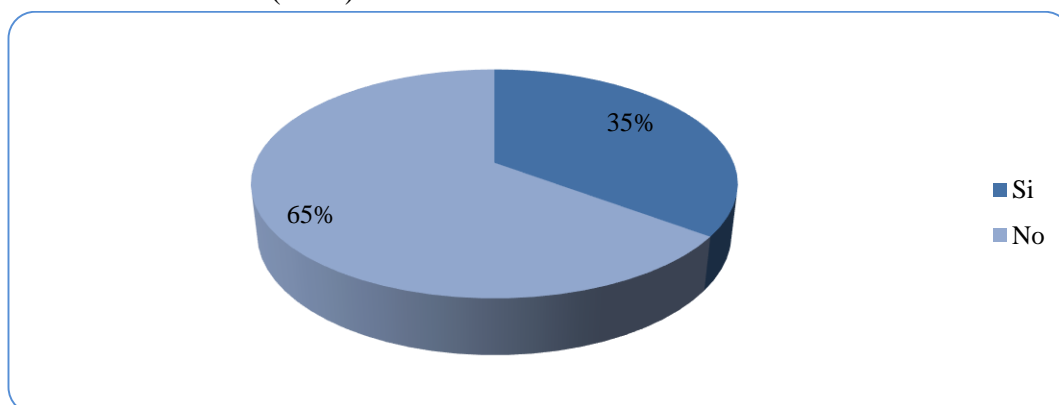
Fuente: Encuestas a trabajadores

Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°22

Gráfico 22 Tipo de contrato

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

Cerca de las tres partes de los encuestados no poseen nombramiento, siendo aún trabajadores con contratos ocasionales que son renovados cada año. Esta variable desmotiva al empleado, ya que no se siente seguro del trabajo. Por lo cual se debe manejar otros tipos de motivación a los empleados y así realicen un trabajo más eficiente.

1. ¿Qué tan rutinarias son las tareas que realizan en su trabajo?

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 28 Rutina en el trabajo

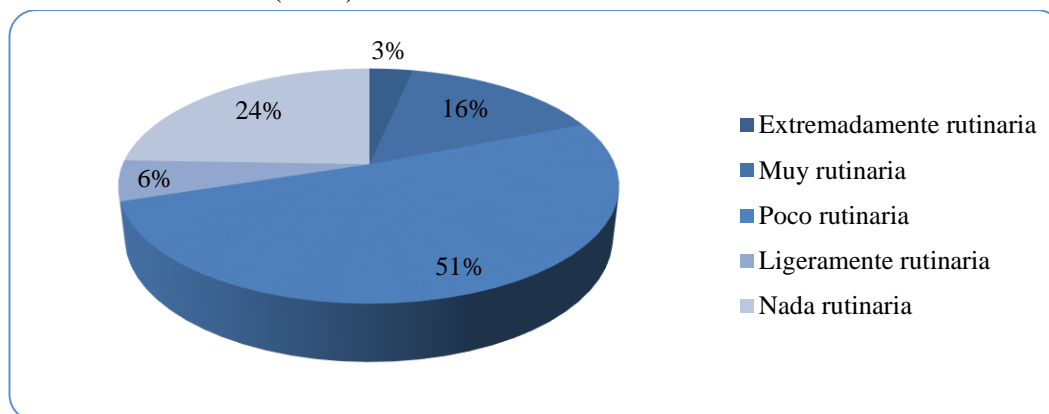
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Extremadamente rutinaria	3	3%
Muy rutinaria	14	16%
Poco rutinaria	46	51%
Ligeramente rutinaria	5	6%
Nada rutinaria	22	24%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°23

Gráfico 23 Rutina en el trabajo
MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

Un índice que anuncia monotonía y a su vez desmotiva al empleado a ofrecer un mejor servicio es la rutinaria laboral, la mitad señala que su trabajo es un poco rutinario. Cerca de la cuarta parte de los encuestados manifiestan que su trabajo no es nada rutinario. Esto indica que hay monotonía laboral, por lo que se debe reasignar nuevas tareas o capacitarlos en otros procesos para que a su vez ayuden cuando se lo requiera o participen para ascensos laborales.

2. ¿Los insumos que se les proporcionan para sus labores son los óptimos?
Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

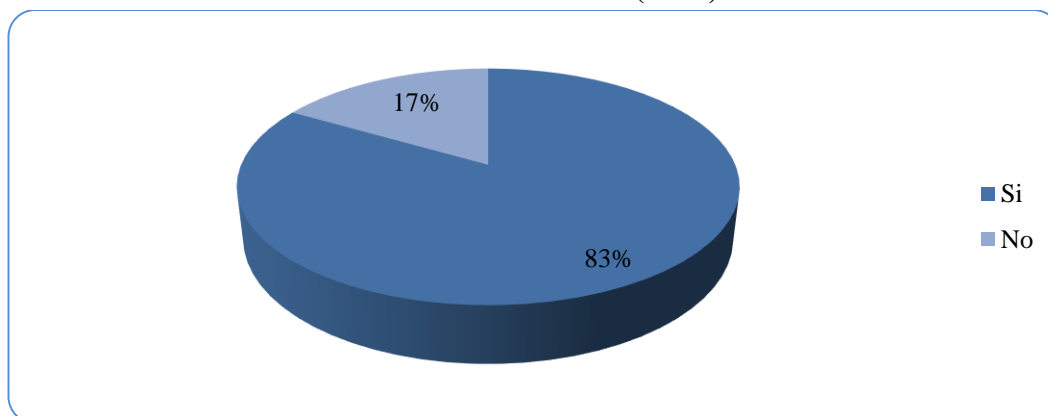
Cuadro 29 Insumos
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	75	83%
No	15	17%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°24

Gráfico 24 Insumos
MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

Este cuadro indica que los insumos que se les administran a los empleados son los suficientes para poder realizar sus labores diarias, esto señalado lo manifiesta las tres partes que califica con sí. El restante indica que no son suficientes y les hace falta insumos para desarrollar sus actividades.

3. ¿Ha tenido algún altercado con un compañero de trabajo en relación a sus funciones?

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 30 Altercado con los compañeros

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

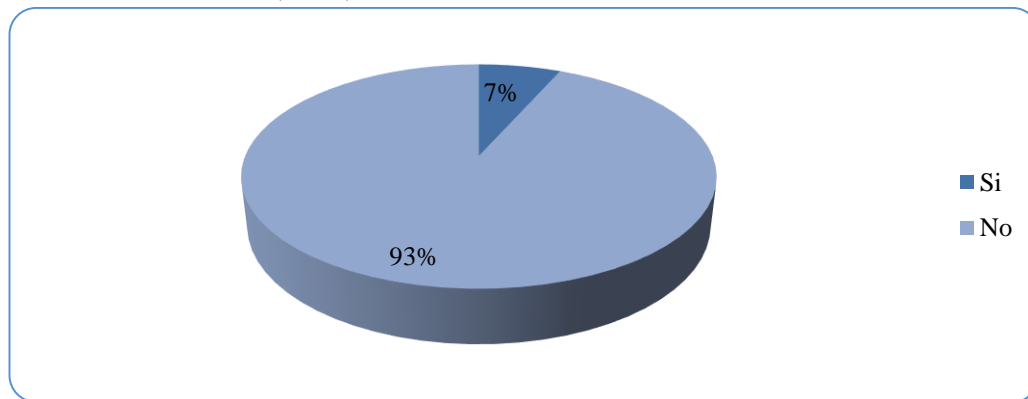
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	6	7%
No	84	93%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°25

Gráfico 25 Altercado con los compañeros

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

Cerca de la totalidad de los empleados que participaron en este estudio, manifiestan que no han tenido ningún altercado con un compañero de trabajo, este es un índice muy bueno, puesto que indican que hay paz y armonía en la institución pública.

4. ¿Su jefe lo motiva o apoya para mejorar su rendimiento en el trabajo?

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 31 Motivación en el trabajo

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

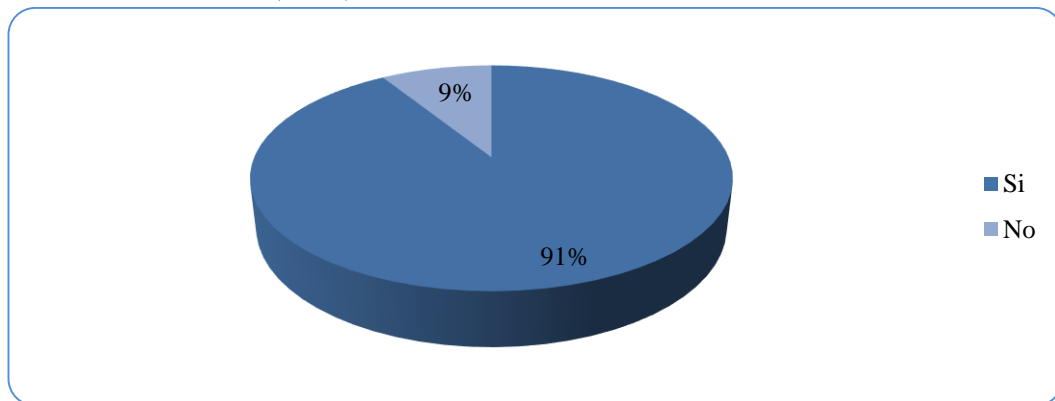
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	82	91%
No	8	9%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°26

Gráfico 26 Motivación en el trabajo

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores

Autor: Manuel Orellana Jara

Este gráfico demuestra que el casi la totalidad de los trabajadores del GAD Santa Elena que fueron encuestados indican que si son motivados por sus jefes directos, esto ayuda a que los servidores públicos mejoren su eficiencia y den un mejor servicio.

5. ¿Le permiten tomar decisiones independientes en su puesto de trabajo?

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 32 Toma de decisiones

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	61	68%
No	29	32%

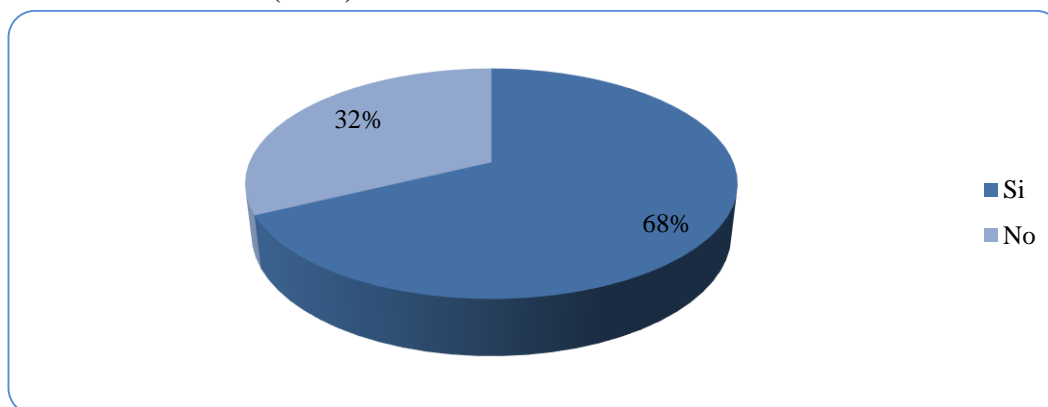
TOTAL	90	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°27

Gráfico 27 Toma de decisiones

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

Más de la mitad de los encuestados manifestaron que si les dejan tomar decisiones indirectamente de sus labores cotidianas, este indicador ayuda a que el empleado sienta que posee la confianza de su jefe y potencia a la vez su capacidad de toma de decisiones.

6. ¿Con qué frecuencia le permiten tomar decisiones?

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 33 Frecuencia de decisiones

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Mucha frecuencia	11	18%
A veces	19	31%
Ocasionalmente	31	51%
Nunca	0	0%

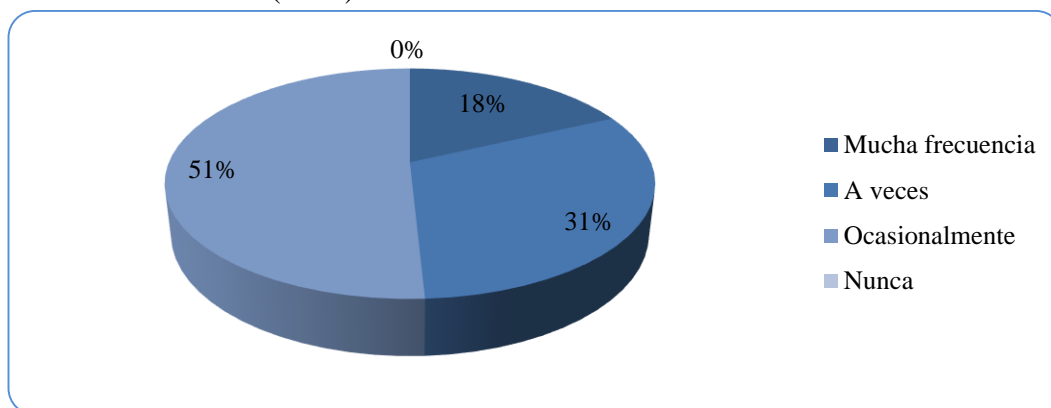
TOTAL	61	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°28

Gráfico 28 Frecuencia de decisiones

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

A la mitad de los encuestados les permiten tomar decisiones ocasionalmente, esto no es muy seguido pero influye bastante en la confianza y capacidad que proyecte el empleado a su jefe.

7. ¿Cree usted que con su decisión, podría?

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 34 Alcances de las decisiones

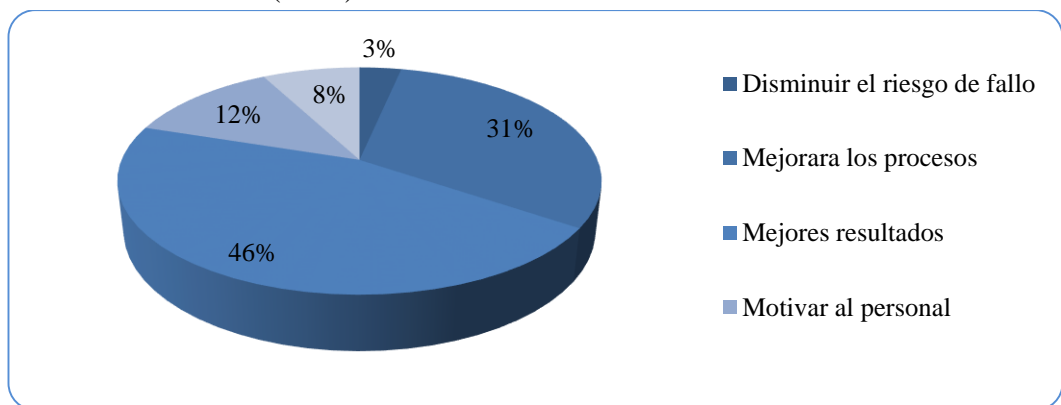
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Disminuir el riesgo de fallo	3	3%
Mejoraría los procesos	28	31%
Mejores resultados	41	46%

Motivar al personal	11	12%
Disminución de tiempo de respuesta	7	8%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°29
Gráfico 29 Alcances de las decisiones
MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

Cerca de la mitad de los empleados indican que con la decisión que tomen ellos, podrían mejorar los resultados de los problemas que traen los usuarios a la institución. El siguiente porcentaje alto manifiestan que con su decisión ayudaría a mejorar los procesos que posee cada departamento y así agilizar el tiempo de respuesta.

8. ¿Qué mejoraría del GAD Santa Elena para potenciar el desempeño laboral?
Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 35 Mejoras para el GAD Santa Elena
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

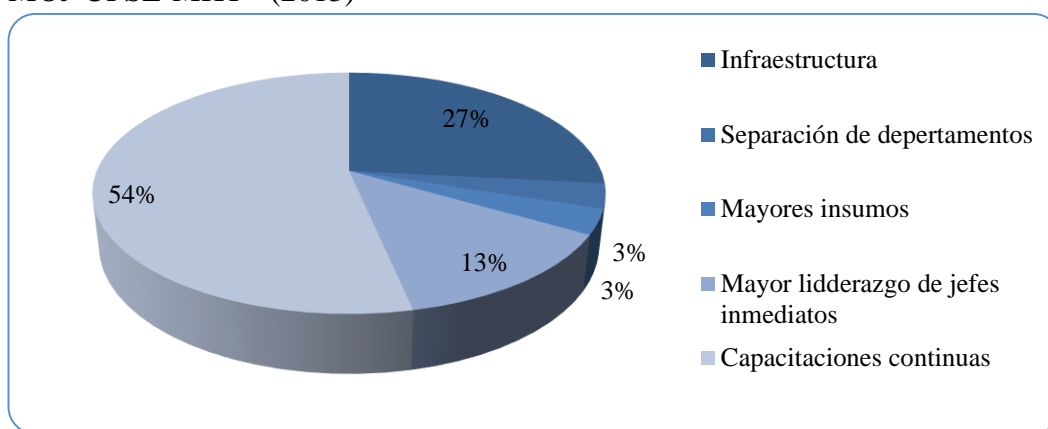
VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Infraestructura	24	27%
Separación de departamentos	3	3%

Mayores insumos	3	3%
Mayor liderazgo de jefes inmediatos	12	13%
Capacitaciones continuas	48	53%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°30

Gráfico 30 Mejoras para el GAD Santa Elena
MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

La mitad de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena indicaron que se debería mejorar las capacitaciones continuas, ya que hay empleados que no los han capacitados y la cuarta parte piensan que debería mejor la infraestructura. Estas dos variables son las fundamentales en mejorar para potencializar su desempeño laboral.

9. ¿Considera que el ambiente en el que labora es propicio para su desempeño?
Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 36 Ambiente laboral

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Acuerdo	46	51%

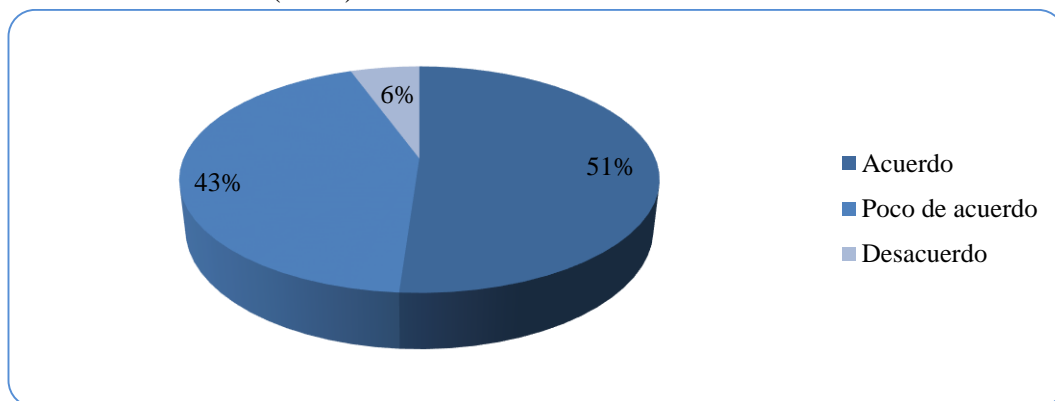
Poco de acuerdo	39	43%
Desacuerdo	5	6%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°31

Gráfico 31 Ambiente laboral

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

La mitad de los encuestados manifestaron que están de acuerdo con el ambiente óptimo en el que laboran, pero el otro porcentaje alto está poco de acuerdo, aquí interviene la separación departamental, trato con los compañeros y jefes y todo factor que influya en su ambiente laboral.

10. ¿Qué tan a gusto se siente usted con la relación laboral que tiene con sus jefes?
 Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 37 Relación laboral

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
A gusto	70	78%

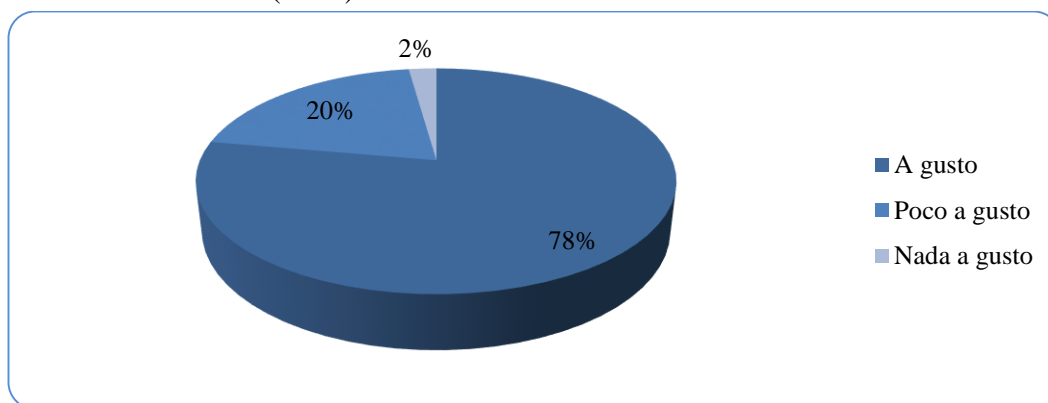
Poco a gusto	18	20%
Nada a gusto	2	2%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°32

Gráfico 32 Relación laboral

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

Más de las tres partes de los trabajadores que fueron encuestados se sienten a gusto con la relación laboral que tienen con sus jefes, solo un porcentaje muy pequeño de los encuestados no se sienten a gusto. El resultado de esta variable demuestra un pilar fuerte que posee el GAD Santa Elena, el cual se debe potencializar y así mejorar la relación jefe-empleado.

11. ¿Con qué frecuencia reciben capacitaciones por parte del GAD Santa Elena?
Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 38 Capacitaciones

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Más de una vez al año	9	10%

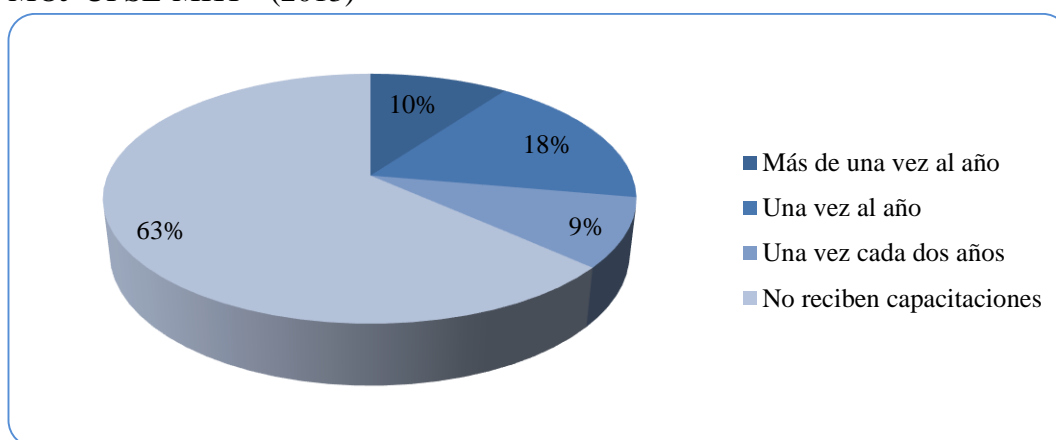
Una vez al año	16	18%
Una vez cada dos años	8	9%
No reciben capacitaciones	57	63%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°33

Gráfico 33 Capacitaciones

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

Más de la mitad de los encuestados que laboran en el GAD Santa Elena manifestaron que no han recibido ninguna capacitación desde que entraron a laborar en la institución, esto provoca el alto grado de insatisfacción por parte de los usuarios.

12. ¿Sobre qué le gustaría ser capacitado(a)?

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 39 Capacitaciones

MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
-----------------	----------------------------	----------------------------

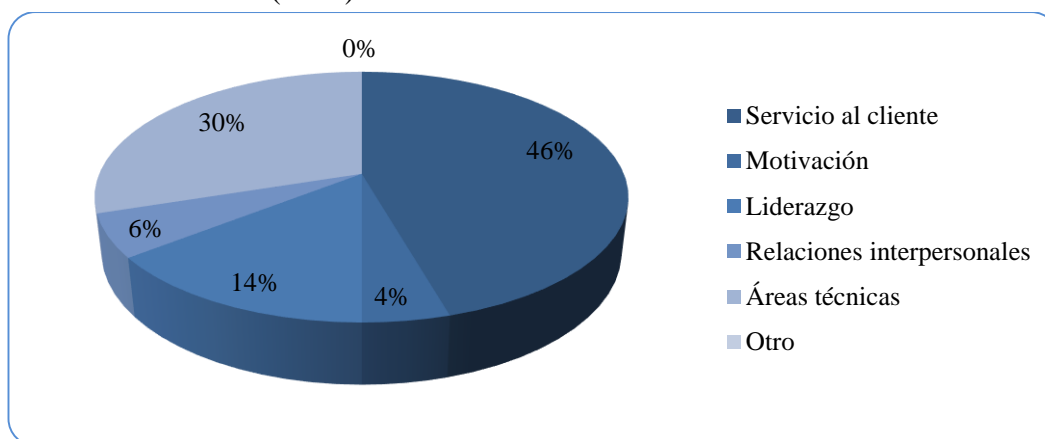
Servicio al cliente	41	46%
Motivación	4	4%
Liderazgo	13	14%
Relaciones interpersonales	5	6%
Áreas técnicas	27	30%
Otro	0	0%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°34

Gráfico 34 Capacitaciones

MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
Autor: Manuel Orellana Jara

Cerca de la mitad de los encuestados indicaron que le gustaría ser capacitado en servicio al cliente, la cuarta parte en áreas técnicas y el otro valor alto en liderazgo. Estos son los más representativos en que se deben capacitar para mejorar su desempeño.

13. ¿Recibe información oportuna sobre las actividades, reglamentos o propuestas por parte de los altos mandos del GAD Santa Elena?

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 40 Información oportuna

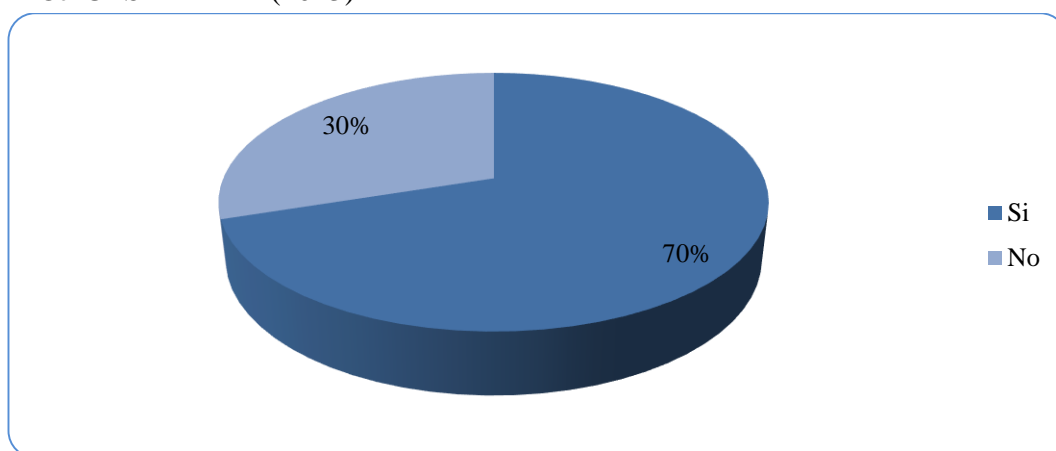
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	63	70%
No	27	30%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°35

Gráfico 35 Información oportuna
 MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

El gráfico indica que el cerca de las tres partes de los encuestados que laboran en el GAD Santa Elena manifestaron que si reciben la información oportuna por parte de sus superiores. Más de la cuarta de los encuestados no reciben la información, esto provoca que nuevas ordenanzas o soluciones se den a cabo oportunamente.

14. ¿Qué tan satisfecho está usted en su puesto de trabajo dentro del GAD Santa Elena?

Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena

Cuadro 41 Empleados satisfechos

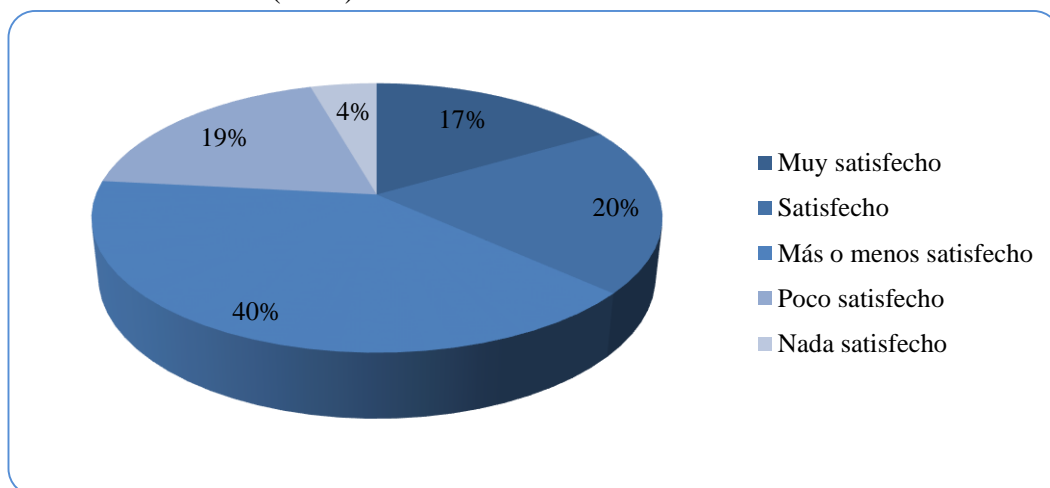
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy satisfecho	15	17%
Satisfecho	18	20%
Más o menos satisfecho	36	40%
Poco satisfecho	17	19%
Nada satisfecho	4	4%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

DIAGRAMA PORCENTUAL N°36

Gráfico 36 Empleados satisfechos
 MOJ-UPSE-MKT - (2013)



Fuente: Encuestas a trabajadores
 Autor: Manuel Orellana Jara

Existen un alto grado de satisfacción por su puesto laboral por parte de los empleados que fueron encuestados, más de las tres cuartas partes de ellos manifestaron satisfacción. El porcentaje que falta no se sienten satisfechos y desearían trabajar en otro puesto laboral.

3.4. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

4. ¿Cómo calificaría el servicio por parte de los servidores públicos que laboran en el GAD Santa Elena?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 42 Calificación del servicio al usuario
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy Buena	6	1%
Buena	82	20%
Regular	204	51%
Mala	98	25%
Pésima	10	3%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

Esta pregunta que se realizó a los usuarios, detalla la gran desventaja que posee el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena. El servicio al usuario en una empresa pública desempeña el eje principal y este debe ser de calidad y eficiencia, en el caso del GAD Santa Elena, menos de la cuarta parte la describe como muy buena y buena, a diferencia de la opinión que califican de regular, mala y pésima que sobrepasa a la cuarta parte.

Con el resultado a esta pregunta se valida la propuesta, que el servicio al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena es muy bajo y se debe comenzar atacando este problema y minimizarlo.

12. ¿Cree usted que los servidores públicos del GAD Santa Elena están capacitados para ejercer sus funciones de la mejor forma y atender a los usuarios debidamente?

Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena

Cuadro 43 Servidores públicos capacitados
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	74	18%
No	326	82%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

Otro factor que afecta mucho al servicio del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, es la deficiente capacitación que tienen los servidores públicos en temas específicos para maximizar la atención al usuario, esto lo afirma la respuesta de más de las tres cuartas partes que piensan que los servidores públicos del GAD Santa Elena no están debidamente capacitados para ejercer de óptima manera sus funciones.

Con estos porcentajes de opinión, se valida la propuesta de capacitaciones continuas para minimizar esta problemática en los servidores públicos y proyectar la calidad en la institución pública.

14. ¿Usted se considera un usuario satisfecho por parte del GAD Santa Elena?
Estudio sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la calidad del servicio que se brinda en el GAD Santa Elena
Cuadro 44 Usuarios satisfechos
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	134	33%
No	266	67%
n/s n/r	0	0%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas a usuarios
Autor: Manuel Orellana Jara

En el estudio que se realizó a los empleados del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, se detalla una pregunta crucial que define la percepción que poseen los usuarios en relación a su satisfacción, el resultado que arrojó es determinante y acierta que la desventaja en el GAD Santa Elena es su servicio al usuario, cerca de las tres cuartas partes de los encuestados, afirmaron que no se sienten satisfechos por el servicio que han recibido por parte de los empleados del GAD Santa Elena.

La propuesta del proyecto se enfoca en buscar la satisfacción de toda la población del Cantón Santa Elena, y con los resultados en el estudio de mercado que se obtuvo, se valida que dicho proyecto se enfoque al servicio al usuario y se realicen estrategias que minimicen esta problemática.

8. ¿Qué mejoraría del GAD Santa Elena para potenciar el desempeño laboral?
Estudio sobre el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en el GAD Santa Elena
Cuadro 45 Mejoras para el GAD Santa Elena
MOJ-UPSE-MKT- (2013)

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Infraestructura	24	27%
Separación de departamentos	3	3%
Mayores insumos	3	3%
Mayor liderazgo de jefes inmediatos	12	13%
Capacitaciones continuas	48	53%
TOTAL	90	100%

Fuente: Encuestas a trabajadores

Autor: Manuel Orellana Jara

El estudio de mercado a los empleados que laboran en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, arrojó información valiosa para determinar la causa del deficiente servicio a los usuarios y los factores que se deben atacar y fortalecer.

La pregunta ocho del cuestionario, dirigido a los servidores públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, detalla la opinión de que mejorarían en el GAD, dando como resultado que la mitad de los encuestados piensen que se debería implementar capacitaciones continuas para todos los empleados de la institución pública.

3.5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LAS ENCUESTAS

3.5.1. Conclusiones:

Dado al resultado del estudio de mercado dirigido tanto a usuarios como trabajadores del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena empleados que arrojó información valiosa para determinar situaciones favorables o desfavorables para la institución pública.

Relativamente los usuarios han emitido su opinión en base a la experiencia que han tenido en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, no siendo del aprecio de la mayoría de los encuestados que opinan que el servicio que presta dicha institución posee muchas deficiencias que conlleva a que un porcentaje muy alto quede insatisfecho.

Otra variable que afecta a la ejecución de un servicio de calidad, es la infraestructura externa e interna del GAD Santa Elena que no se presta para la comodidad y el buen ambiente laboral de los empleados y no decir de los usuarios que no poseen donde tomar asiento en un lugar fresco hasta que sus problemas sean solucionados, así mismo la decadente señalética que no direcciona de forma óptima el lugar donde debe acudir con su trámite.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, alberga a usuarios nacionales e internacionales y dicha institución no presta los estándares de calidad como el personal capacitado, cómoda infraestructura, lugares y fácil acceso a discapacitados, tecnología de punta que facilite y agilice el proceso y a su vez mejore el tiempo de espera de respuesta. Estas falencias son las más irrelevantes que surgieron del estudio de mercado realizado al GAD Santa Elena.

3.5.2. Recomendaciones:

Con lo antes expuesto, el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena debe impulsar una reestructuración de los procesos de calidad tanto dirigido para los usuarios como para los empleados, con el fin de desterrar por completo el fantasma de la insatisfacción y la mala imagen que ha proyectado por muchos años.

Las capacitaciones continuas a todo el personal del GAD Santa Elena, ya sea en temas de servicio al cliente, relaciones interpersonales, servicio al cliente, áreas técnicas dependiendo su puesto laboral y de motivación, es el único camino para cambiar la perspectiva de los usuarios en referente al servicio al usuario.

El actual Gobierno Nacional, hace mucho hincapié al buen vivir y al vivir dignamente, por lo que las GAD deben tener obligatoriamente espacios para la espera, sitios cómodos, y a su vez tener libre acceso a personas discapacitadas.

La infraestructura que posee el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena no se ajusta a las exigencias actuales y al modernismo que se requiere para ofertar el servicio a la ciudadanía, por lo que su reestructuración interna y externa debe ser inmediata, los módulos de cada departamento debe de tener el espacio idóneo para el libre acceso y atención de su usuario; la señalética en lugares visibles que indique el departamento y como llegar a ellos, reducirá la pérdida de tiempo de los usuarios para llegar a su destino. Todos estos factores atendidos darán como resultado un servicio de calidad y usuarios satisfechos.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA: PLAN DE SERVICIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN SANTA ELENA

El presente trabajo parte de la importancia que tiene el cliente externo e interno en una entidad pública con la finalidad de que exista una muy buena comunicación entre ambas partes, con el diseño de un plan de marketing de Servicios se pretende mejorar la atención al cliente externo que actualmente recibe por parte de los colaboradores del municipio, facilitando al cliente externo un ahorro de tiempo en las actividades que diariamente realizan al visitar los diferentes departamentos del Gobierno Municipal del Cantón Santa Elena.

En la actualidad el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena no cuenta con un plan de marketing de servicio que le permita fortalecer la atención al cliente externo que visitan con frecuencia estas instalaciones, recalcando que no existe una identificación de las fortalezas , debilidades , oportunidades y amenazas con las que actualmente cuenta el municipio, por lo que es necesario diseñar el plan antes mencionado con el objetivo de mejorar las relaciones de comunicación entre los clientes internos y externos de la ciudadanía Santaelenense.

4.1. PLAN DE MARKETING

4.1.1. Análisis Situacional

Es de suma importancia conocer la actual situación del GAD Santa Elena, para de esta manera poder obtener un diagnóstico que permita en función de ello tomar decisiones conforme con los objetivos formulados.

Para ello se realizó un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y amenazas).

Cuadro 46 Análisis situacional FODA

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1	Ubicación estratégica	1	Inexistencia de un plan de marketing de servicios.
2	Autonomía económica y administrativa.	2	Poca inversión en investigación de mercado.
3	Variedades de servicios	3	Deficiente sistema de comunicación interno y externo.
4	Personal con formación académica en diversas áreas.	4	Infraestructura deficiente.
5	Adquisición de nuevas maquinarias.	5	Deficiencia tecnológica
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1	Apertura por parte de las instituciones públicas.	1	Reducciones de las asignaciones económicas estatales.
2	Extensión territorial que le permite albergar a más personas.	2	Grupos políticos con intereses personales.
3	Políticas estatales que brindan competencias a los GAD Municipales.	3	Estabilidad política
4	Incremento del sector comercial en el cantón.	4	Poca confianza de los usuarios.
5	Incremento latente de habitantes.	5	Nuevas leyes y controles para el sector público

Fuente: Datos Obtenidos de la Municipalidad de Santa Elena
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

4.1.1.1. Análisis interno

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena es una institución pública que se encarga de administrar los recursos y distribuirlos acorde las necesidades de cada una de las poblaciones que posee este cantón. Cuenta con 5 niveles los mismos que poseen personal calificado y con años de experiencia en diversos campos

Esta institución se haya conformada por alrededor de 137 personas entre personal administrativo y de servicio. Además posee una infraestructura propia a la cual los ciudadanos pueden acudir a realizar diversas diligencias.

Proveedores:

La Ilustre municipalidad de Santa Elena cuenta con la colaboración de diversos proveedores e diversas aéreas; los mismos que son seleccionados a través del Sistema nacional de compras públicas en la que los oferentes son seleccionados a través de concursos.

Cabe recalcar que el principal proveedor es el personal que integra la institución debido a que en los diversos departamentos son ellos los encargados de proveer a la ciudadanía servicios de calidad con calidez.

Distribuidores:

El GAD Municipal de Santa Elena realiza una distribución directa, ya que sus servicios son brindados en las diversas oficinas con las que cuenta esta entidad, bajo las condiciones que en cada uno se establecen.

Adicionalmente se destaca que se emplea canales directos de información, ya que cuenta con página web institucional que permite a la ciudadanía en general conocer la institución, su finalidad, sus servicios y despejar cualquier tipo de preguntas.

Cliente:

El GAD Municipal de Santa Elena tiene como clientes internos a sus empleados ya que son ellos el pilar fundamental para que cada uno de los procesos que se llevan a cabo en la institución se realicen a cabalidad para ello las máximas autoridades se deben preocupar que este grupo se halle satisfecho.

También posee clientes externos, este está conformado por los habitantes del cantón Santa Elena quienes de forma directa o indirecta hacen uso de los servicios que ofrece esta entidad. Cabe recordar que el éxito de una empresa depende de la demanda de sus clientes, si no se satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá no se puede surgir.

Además hacia ellos se dirigen todos los esfuerzos del marketing para impulsar todas las actividades de la organización.

Competidores:

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Elena no cuenta con competidores directos, ya que al tratarse de un organismo de régimen municipal sus competencias son únicas e intransferibles. Sin embargo consideramos como competidores indirectos a los entes gubernamentales debido a que prestan servicios a la colectividad y con las que se puede comparar la calidad de los servicios públicos que se prestan.

Gráfico 37 Competidores del GAD Municipal de Santa Elena



Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Matriz de Perfil de Capacidad Interna:

Cuadro 47 Matriz de perfil de capacidad interna (PCI)

DIAGNOSTICO INTERNO (ANALISIS INTERNO)										
CAPACIDADES	FACTOR (ASUNTO)	FORTALEZA			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
CAPACIDAD GERENCIAL	Efectividad de sistemas de toma de decisiones y control		x					x		
	Gestión de red de contactos				x			x		
	Estructura organizacional		x						x	
	Capacidad de adopción de nuevas tecnologías					x		x		
	Políticas de precios		x						x	
PROCESOS DE PRODUCCIÓN	Producción Manual			x						x
	Producción mecanizada		x						x	
	Procesos de calidad				x			x		
	Tiempo de respuesta				x			x		
INFRAESTRUCTURA	Ubicación geográfica	x							x	
	Vías de acceso	x							x	
	Estructura/edificación				x			x		
	Señalética				x			x		
	Distribución interna					x		x		
	Imagen corporativa					x		x		

TALENTO HUMANO	Trabajo en equipo		x		x
	Índices de desempeño			x	x
	Capacitación del personal		x		x
	Cantidad del personal		x		x
SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE	Atención al cliente		x		x
	Presentación del personal	x			x
	Dominio de los servicio y el producto	x			x
	Eficacia en la comunicación	x			x
	Manejo de quejas		x		x
	Servicio pos-venta		x		x
ASPECTO TÉCNICOS	Conocimiento del Producto	x			x
	Conocimiento del Mercado		x		x
	Calidad en Desempeño			x	x
CAPACIDAD FINANCIERA	Inversión en investigación de mercado		x		x

Fuente: Análisis Interno
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

El GAD Municipal de Santa Elena a pesar de no contar con un personal altamente capacitados, no maneje eficientemente las quejas de los usuarios, incumplimiento de los tiempos de entrega, falta de gestión de la red de contactos y de no contar con una investigación de mercado que le permita mejorar sus procesos y difundir sus servicios; posee una estructura organizacional que permite una toma de decisiones acertadas, el personal que labora en la institución cuenta con sus respectivos uniformes lo que les permite brindar una imagen positiva ante la comunidad estos aspectos sumado al dominio de los servicios que se brindan en la institución han permitido minimizar sus debilidades, lo que genera un alto impacto; pero se debe trabajar por capacitar a sus empleados para brindar una mejor atención a los usuarios y logren el manejo eficiente de las herramientas tecnológicas para crear una imagen positiva y sólida.

4.1.1.2. Análisis externo

Entorno Político

La estabilidad política que vive el país favorece el crecimiento de los diversos factores de la producción e incentiva a los gobiernos locales, cantonales y rurales definir políticas que permitan llevar a cabo los planes propuestos y buscar el bienestar de la colectividad.

El gobierno a través de los diversos ministerios se encarga de respaldar las acciones que emprenden las autoridades seccionales e impulsa el fortalecimiento de las actividades económicas regionales para que con la contribución ciudadana se lleven a cabo obras de gran envergadura y permitan el mejoramiento del buen vivir. El reconocimiento por parte del gobierno al derecho que poseen las comunidades, pueblos y nacionalidades de participar en el usufructo, administración y conservación de los recursos les brinda la oportunidad a los

gobiernos municipales de emprender y desarrollar obras que incentiven, involucre y contribuyan social y económicamente con los ciudadanos.

Entorno Social:

La población de Ecuador está compuesta mayoritariamente por una población indígena y de dos grupos representativos como lo son los mestizos, descendientes de españoles y de africanos. Su división poblacional se haya distribuida en un 62% centros urbanos y el 38% en el medio rural. En la actualidad la mayor parte de la población ecuatoriana son católicos y algo menos del 5% practica otras religiones o es ateo.

La región de la Costa concentra al 49% de la población, mientras que la región de la Sierra alberga a aproximadamente el 47%, la población restante se distribuye entre la región Amazónica y las islas Galápagos.

El cantón Santa Elena posee 144.076 habitantes, 39.681 en el sector urbano y 104.395 en el sector rural; su población se dedica a diversas actividades entre las que destacan la ebanistería, la agricultura, la ganadería, la construcción y las microempresas, etc. las mismas que generan los ingresos de cada familia.

El nivel de analfabetismo se ha reducido notablemente gracias a los cambios al sistema educativo. Su cultura tiene como base a las diversas culturas que se asentaron en este espacio territorial, compuesto por rasgos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos definidos, que son característicos de los peninsulares.

Entorno Tecnológico:

Actualmente la tecnología ha tenido un gran desarrollo nacional y local. La mayor parte de los domicilios peninsulares cuentan con medios tecnológicos de diversas índoles; esto ha permitido que sea empleada para diferentes actividades económicas o

recreativas. Además el gobierno cantonal ha impulsado el acceso a la tecnología dotando a los centros educativos de computadores que le permite especialmente en las zonas más apartadas el acceso a estos medios. Cabe recalcar que a pesar que la península está creciendo no se tienen acceso a la tecnología en todos los sectores especialmente los más apartados de la urbe.

En el campo del marketing el internet es una herramienta de comunicación e información muy efectiva ya que permite estar informados de forma oportuna, además de tener un gran alcance.

Matriz de Perfil de Capacidad Externa:

Cuadro 48 Matriz de perfil de capacidad externa POAM

DIAGNOSTICO EXTERNO PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS										
CAPACIDADES	FACTOR (ASUNTO)	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
POLÍTICO	Estabilidad Política		2					3		
	Políticas fiscales		2						2	
	Legislación Laboral	3						3		
ECONÓMICAS	Acceso al crédito	3						3		
	Tasa de Interés		2					3		
	Tasa de Inflación		2						2	
	Costo de materia prima	3						3		
	Costo de mano de obra					2		3		
SOCIALES	Crecimiento Poblacional		2						2	
	Valores y Ética			1					2	
	Distribución de los ingresos		2					3		
TECNOLÓGICOS	Velocidad de transferencia de tecnología				3			3		
	Desarrollo de las comunicaciones					2			2	
	Tecnologías de Información				3			3		
	Uso de Internet			1					2	

Fuente: Análisis Interno
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

El Ecuador posee una estabilidad política que permite a los gobiernos seccionales desarrollar proyectos bajo un mismo modelo de gobierno e incentivar con su accionar la mejora continua de la calidad de vida de los habitantes esto constituye una oportunidades para el GAD Santa elena que al trabajar bajo el mismo lineamiento politico efectua sus actividades con el apoyo gubernamental, minimizando las amenazas en torno a la tecnología que evoluciona al igual que los cambios conductuales de la población que siempre exige una mejora permanente de los servicios de los que hace uso.

4.1.2. Objetivos del Plan

Objetivo General:

Establecer estrategias de Marketing de Servicios en el Gobierno Municipal del cantón Santa Elena, para fortalecer la Atención al Cliente y de esta forma mejorar los procesos internos y externos.

Objetivos Específicos:

- Identificar las falencias que posee el GAD Cantonal de Santa Elena respecto a temas vinculados con la atención al cliente.
- Realizar un estudio de mercado en la ciudadanía para identificar que estrategias son las más idóneas.
- Elaborar estrategias que permitan, eficiencia en la Atención al Cliente de Gobierno Municipal del cantón Santa Elena.
- Diseñar un Plan de acción que permita ejecutar las estrategias de Marketing de Servicios.

- Implementar medios de comunicación que le permitan brindar información oportuna y permanente.

4.1.3. Filosofía Corporativa

4.1.3.1.Misión

El Gobierno Municipal de Santa Elena tiene misión institucional promover la participación ciudadana, mejorando la comunicación con los mandantes, brindando servicios de calidad, administrando eficientemente los recursos del cantón, trabajando y planificando coordinadamente. a nivel interno y externo, impulsando el desarrollo sostenible y sustentable a fin de mejorar la calidad de vida de la comunidad.

4.1.3.2.Visión

La Ilustre municipalidad de Santa Elena para el año 2013, será un gobierno descentralizado y autónomo, pionero en el desarrollo regional y en la prestación de servicios de calidad con enfoque social; participativo, humanista y planificando el territorio para el desarrollo armónico, integral, sustentable y sostenible; preparado para enfrentar los cambios a corto, mediano y largo plazo; con identidad ancestral, cultural y género; desconcentrando y maximizando sus recursos para optimizar sus servicios en beneficio de la comunidad.

4.1.3.3.Políticas

- Promover el desarrollo armónico y coordinado de las actividades municipales.

- Fomentar el trabajo en equipo y la articulación de ideas y esfuerzos entre autoridades y departamentos.
- Propiciar la gestión local mediante la optimización de los esfuerzos organizacionales e institucionales hacia un objetivo común de desarrollo.
- Promover el empoderamiento y la participación de la sociedad civil en la toma de decisiones.

4.1.4. Mercado Objetivo

Actualmente el mercado objetivo del GAD Santa Elena se haya compuesto por cada uno de los habitantes del cantón; los mismos que hacen uso de los diversos servicios que brinda la institución y hacia los cuales se dirigen los esfuerzos de marketing que se plantean en el presente plan con el uso de las herramientas.

Las familias de estrato social bajo, medio, media alta y alta, de distintos géneros, a partir de la mayoría de edad que se hayan capacitados legalmente para realizar cualquier tipo de trámite legal; forman parte del mercado del GAD Santa Elena, debido a que son ellos sin distinción de género quienes pueden realizas las solicitudes correspondientes en cada departamento..

Segmentación de Mercado:

La estrategia que el GAD Santa Elena establece para la segmentación es la segmentación geográfica, demográfica y psicográfica. Debido a que se toma en consideración que la población a atender solo es aquella que radica en los límites geográficos del cantón mencionado, considerando que para poder realizar algún tipo de trámite debe tener la mayoría de edad sin importar el género, ni estatus social y que cuyo nivel cultural le permita cumplir con sus obligaciones.

Estrategias de Mercado:

Se considera que la estrategia más idónea para el GAD Santa Elena es la estrategia de liderazgo de mercado a través de la estrategia competitiva que permitirá que esta entidad logre una participación adicional en el mercado invirtiendo fuertemente publicidad, capacitación al personal y relaciones públicas para captar a los clientes de la competencia.

Lo que busca es fortalecer la calidad del servicio que se brinda en esta dependencia, debido a que actualmente no se cuenta con los conocimientos suficientes como para optimizar sus recursos y con ello optimizar sus procesos internos y externos.

4.1.5. Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento que empleara el GAD Santa Elena será la de por ocasiones de uso del servicio debido a que los usuarios emplean los servicios que esta entidad oferta en diversas fechas específicas. Además permitirá posicionar el servicio en la época del año en que tiene mayor demanda.

Ventaja Competitiva:

La ventaja competitiva que pretende destacar el GAD Santa Elena le permitirá destacar ante otras instituciones públicas y se basara en contar con personal calificado, lo que le permite brindar un excelente servicio al cliente; de la misma forma la adquisición de un sistema informático que le permite tomar y procesar rápidamente los pedidos del cliente, y brindar así una rápida atención.

4.1.6. Marketing Mix

4.1.6.1.Producto

El Ilustre Gobierno Descentralizado Municipal de Santa Elena es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón y ofrece una amplia gama de servicios en sus instalaciones; entre ellos destacan:

- Avalúos y catastro.
 - Certificado de Inspección Final
 - Colocación de Hitos y Permiso de Cerramiento
 - Construcción Inicial
 - Línea de Fábrica y No Afectación
 - Permiso de Demolición
 - Permiso de Lotización
 - Permiso de Obra Menor
 - Propiedad Horizontal
- Obras públicas.
- Higiene ambiental.
- Promoción social
- Servicios comunales

Marca:

El GAD Municipal de Santa Elena se haya representado como una entidad estatal al servicio de la colectividad; está conformado por cuatro divisiones las mismas que hacen énfasis a las actividades económicas más preponderantes en el cantón como lo son la agricultura, el petróleo, la ganadería y la pesca. Todo Ello hace énfasis a lo que representa su marca Santa Elena.

Gráfico 38 MARCA DE LA INSTITUCIÓN



Elaborado por: La Ilustre Municipalidad del Cantón Santa Elena

Logotipo:

Gráfico 39 LOGOTIPO DEL GAD SANTA ELENA



Elaborado por: La Ilustre Municipalidad del Cantón Santa Elena

Slogan:

El slogan del GAD Santa Elena hace referencia a su labor diaria y lo que pretende brindar a sus ciudadanos.

Gráfico 40 SLOGAN DEL GAD MUNICIPAL SANTA ELENA



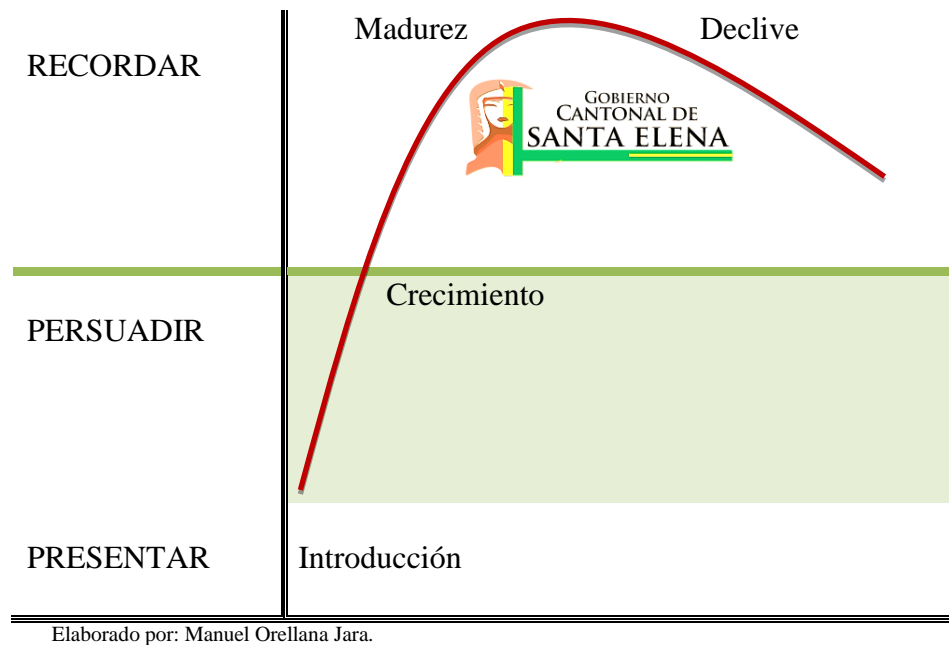
Elaborado por: La Ilustre Municipalidad del Cantón Santa Elena

Cartera de Productos:

El GAD Municipal de Santa Elena ofrece una gama de servicios durante todo el año, en los distintos departamentos que forman la institución cuidando de cumplir con los requerimientos legales que rigen sus operaciones. Estos servicios son:

- Dirección de obras públicas,
- Dirección de avalúos y catastro,
- Dirección de planificación,
- Dirección de vía pública,
- Dirección de higiene ambiental,
- Servicios comunales,
- Juntas parroquiales y
- Procesamiento automático de datos.

Gráfico 41 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



4.1.6.1.1. Objetivos

- Obtener una ventaja competitiva en los servicios ofertados por la competencia, incorporando servicios complementarios para mejorar la atención a los usuarios
- Lograr la fidelización de los usuarios que acuden al GAD Santa Elena.

4.1.6.1.2. Estrategias de producto

a. Implementación de nuevos Servicios

El GAD Municipal de Santa Elena planea implementar la estrategia de desarrollo de mercado, esta estrategia le permitirá buscar aquellos segmentos que no han sido captados y que constituyen clientes potenciales para el uso de este tipo de servicios.

b. Rejuvenecimiento de la línea de servicios

Además se empleará el rejuvenecimiento de la línea de servicios, a través de la competitividad tecnológica y funcional a través de la mejora continua de sus servicios y capacidades tecnológicas implementando maquinaria y equipos que contribuyan a la preservación del medio ambiente.

c. Desarrollo de mercado

Se implementara una campaña publicitaria para atraer a todos aquellos segmentos potenciales que no hacen uso actualmente de los servicios que brindan esta entidad y motivar al uso de un servicio de calidad con calidez.

4.1.6.2.Precio

Para el GAD Municipal Santa Elena es un factor complejo, debido a que es parte fundamental en los ingresos que percibe este ente estatal y del cual financia sus operaciones.

La recaudación de los diversos impuestos y contribuciones ciudadanas son el pilar de las obras sociales que se desarrollan en el cantón y permiten el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

Determinación de Precio:

Los precios de los servicios del GAD Municipal de Santa Elena se establecen de acuerdo con las ordenanzas municipales y decretos establecidos para las entidades públicas, cada servicio acorde a sus lineamientos posee un precio establecido. Para ello se ha considerado los precios de los siguientes servicios.

Cuadro 49 Precio de los servicios del GAD Municipal de Santa Elena

PRODUCTOS	P.V.P
Exoneración por tercera edad	4,00
Derecho de trámite	2.00
Certificado de avalúo 1	6,00
Certificado de avalúo 2	10,00
Certificado de avalúo 3	21,00
Inspección de gestión ambiental para negocio	11,00
Inspección de gestión ambiental para vivienda	3,00

Fuente: Datos Obtenidos de la Ilustre Municipalidad del Cantón Santa Elena
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Estrategias de Precio:

Estrategia de Fijación de Precios Basada en el Valor:

Se pretende que la estrategia implementada por el GAD Municipal de Santa Elena MAPEL se base en la percepción que los usuarios tiene del servicio que reciben, más no sobre el costo del mismo; es por ello que se pretende mejorar la calidad del servicio que se brinda en las instalaciones para de esta manera mejorar el valor que tiene para los usuarios.

Gráfico 42 Fijación de precios basados en el valor

(Modelo de Philip Kotler)



Fuente: Philip Kotler
Elaborado por: Manuel Orellana Jara.

4.1.6.3.Plaza

El lugar en el que se comercializa los servicios que brinda el GAD Municipal de Santa Elena es considerada la plaza que posee, haciendo énfasis que es una entidad que tiene competencias en todo el cantón Santa Elena. El manejo efectivo de los canales de distribución cuya función principal es asegurarse y lograr que las información llegue los usuarios en el momento y en las condiciones adecuada.

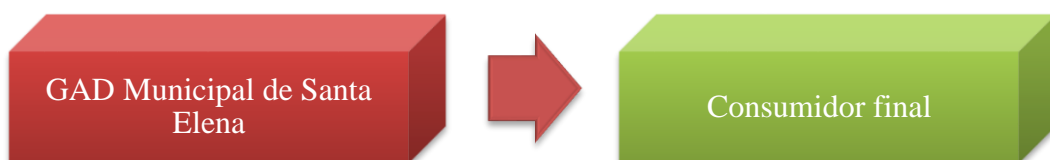
Estrategias de Canales de Distribución:

Actualmente el GAD Municipal de Santa Elena posee un solo canal de distribución directa que le permite que los usuarios hagan uso de sus servicios en las instalaciones de esta entidad.

Además cuenta con canales de distribución de información como lo son la página web y su página en Facebook, donde se informa a la colectividad las acciones que emprende esta institución y a su vez puede interactuar con los usuarios. La página web le permite además hacer consulta respecto a los servicios que brinda la institución y brinda información del municipio cumpliendo con la ley de transparencia en las instituciones públicas.

Gráfico 43. Canales de distribución

Nivel 0



Nivel 1

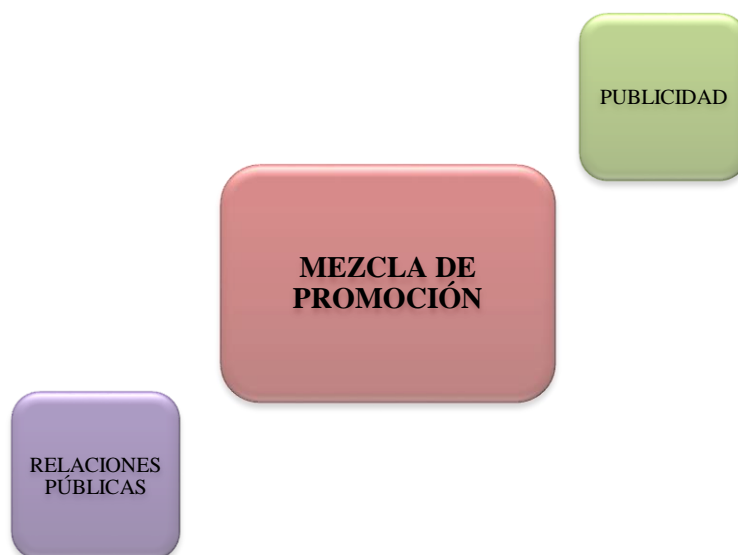


Elaborado por: Manuel Orellana Jara

4.1.6.4.Mezcla De Promoción

Actualmente el GAD Municipal de Santa Elena Emplea una mezcla promocional basada en Material POP, sin embargo para este proyecto consideramos importante emplear otras herramientas de comunicación como la promoción de ventas y relaciones públicas, las mismas que se encuentran disponibles para que esta organización las emplee de manera más apropiada y que le permitan cumplir sus objetivos.

Gráfico 44 MEZCLA DE PROMOCIÓN



Fuente: Philip Kotler y Gary Armstrong
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

La estrategia que se plantea para el GAD Municipal de Santa Elena es la estrategia pull, esta permitirá atraer a través de diversas actividades al usuario final; con el propósito de persuadirlos para que hagan uso de los servicios que oferta esta entidad haciendo que los usuarios sean quienes busquen los servicios.

Los objetivos del plan de promoción son:

- Dar a conocer las características de los servicios a los cuales pueden acceder los usuarios en las instalaciones del GAD.
- Promocionar los servicios mediante la red social Facebook.
- Posicionar el producto en la mente de los consumidores, mediante un mensaje efectivo y excelente atención al cliente por parte del personal.
- Creación de islas o counters de información para brindar mayor acceso a la información referente a los diversos servicios que se ofertan en el GAD Municipal de Santa Elena y mejorar el servicio que se brinda.

Gráfico 45 Facebook



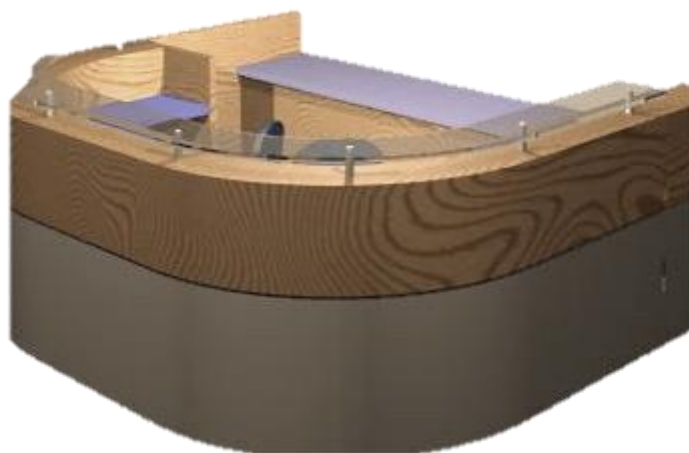
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Gráfico 46 Twitter



Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Gráfico 47 Diseño de counter de información



Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Gráfico 48 Letrero para counter de información



Elaborado por: La Ilustre Municipalidad del Cantón Santa Elena

Cuadro 50 PLAN DE MEDIOS

MEDIOS NO TRADICIONALES	Roll-up: que se lo ubicará en la entrada del GAD municipal y en exterior del counters de información.
	Trípticos: que se repartirán en las oficinas del GAD Municipal de Santa Elena. En estos se difundirá los servicios que se brindan en la institución.
	Video: Realizar una presentación audiovisual dirigida a la población en general para difundir los servicios que brinda el GAD municipal de Santa Elena.

<p style="text-align: center;">MEDIOS TRADICIONALES</p>	<p>Internet: Crear un cuenta en Facebook, Twitter para interactuar con los clientes y poder obtener recomendaciones y sugerencias valiosas para la institución.</p>
--	--

Fuente: Proforma a Imprenta Coronel
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Gráfico 49 Video Publicitario



Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Gráfico 50 Tríptico - cara frontal



Gráfico 51 Tríptico - cara posterior

PERMISO DE OBRA MENOR		
<p>Requisitos:</p> <p>Solicitud dirigida al Alcalde (firmado por el propietario o arrendatario)</p> <p>Pago de derecho de trámite \$ 2,00</p> <p>Copia de escritura debidamente registrada y catastrada o contrato de arriendo vigente.</p> <p>Copia de cédula de identidad del propietario o RUC de la Compañía.</p> <p>Certificado de votación.</p> <p>Certificado de no ser deudor a la Municipalidad.</p> <p>Pago de predio urbano del año vigente.</p> <p>Presupuesto de materiales, incluir mano de obra y metros cuadrado de construcción (firmado por el encargado de la obra).</p> <p>Cédula y certificado de votación del encargado de la obra.</p> <p>Inspección:</p> <p>Solicitar fecha para inspección.</p> <p>Pago del permiso (liquidación de acuerdo al presupuesto referencial).</p> <p>Si al momento de la inspección existe algún tipo de construcción que no presente permiso, se liquidará con la multa respectiva.</p> <p>Retirar su permiso para que pueda construir.</p> <p>NOTA: Pegar copia del permiso en la obra.</p>	 <p>CONSTRUCCIÓN INICIAL</p> <p>Requisitos:</p> <p>Solicitud dirigida al Alcalde para obtener el registro de construcción, firmada por el propietario o arrendatario del terreno (ingresar por Secretaría General).</p> <p>Pago de tasa por derecho de trámite \$ 2,00</p> <p>Copia de la escritura registrada y catastrada o contrato de arrendamiento vigente.</p> <p>Certificado de no ser deudor.</p> <p>Copia de pago del impuesto predial del año vigente.</p> <p>Copia de cédula de identidad del propietario o RUC de la Compañía</p> <p>Copia del certificado de votación del propietario.</p> <p>Copia del certificado de votación del responsable técnico.</p> <p>Copia del carnet profesional del responsable técnico.</p> <p>Copia de la cédula de identidad del responsable técnico.</p>	<p>3 juegos de planos arquitectónicos con implantación o emplazamiento (firmados por el propietario y el responsable técnico) indicando m2 de construcción.</p> <p>3 juegos de planos eléctricos y sanitarios (firmados por el propietario y responsable técnico).</p> <p>Copia digital del proyecto.</p> <p>Presupuesto de materiales, incluido mano de obra e indicar los m2. De construcción (firmado por el responsable técnico)</p> <p>Cedula de inscripción patronal (IESS).</p> <p>Para edificaciones de 3 o más plantas:</p> <p>Todo lo anterior más:</p> <p>Planos estructurales (firmados por un responsable técnico)</p> <p>Certificado de Cuerpo de bomberos, CNEL, Aguapen, CNT.</p> <p>Estudio de suelo.</p> <p>Estudio de impacto ambiental particular.</p> <p>Retiros y normas de construcción:</p> <p>Frontales: 3,00 metros mínimos</p> <p>Laterales: 1,00 metro mínimo</p> <p>Posteriores: 2,00 metros mínimos.</p> <p>NOTA: Cuando la documentación llegue a este Departamento, solicitar fecha de inspección y liquidación del 2 x 1.000 por planificación</p>

Gráfico 52 Roll up 1

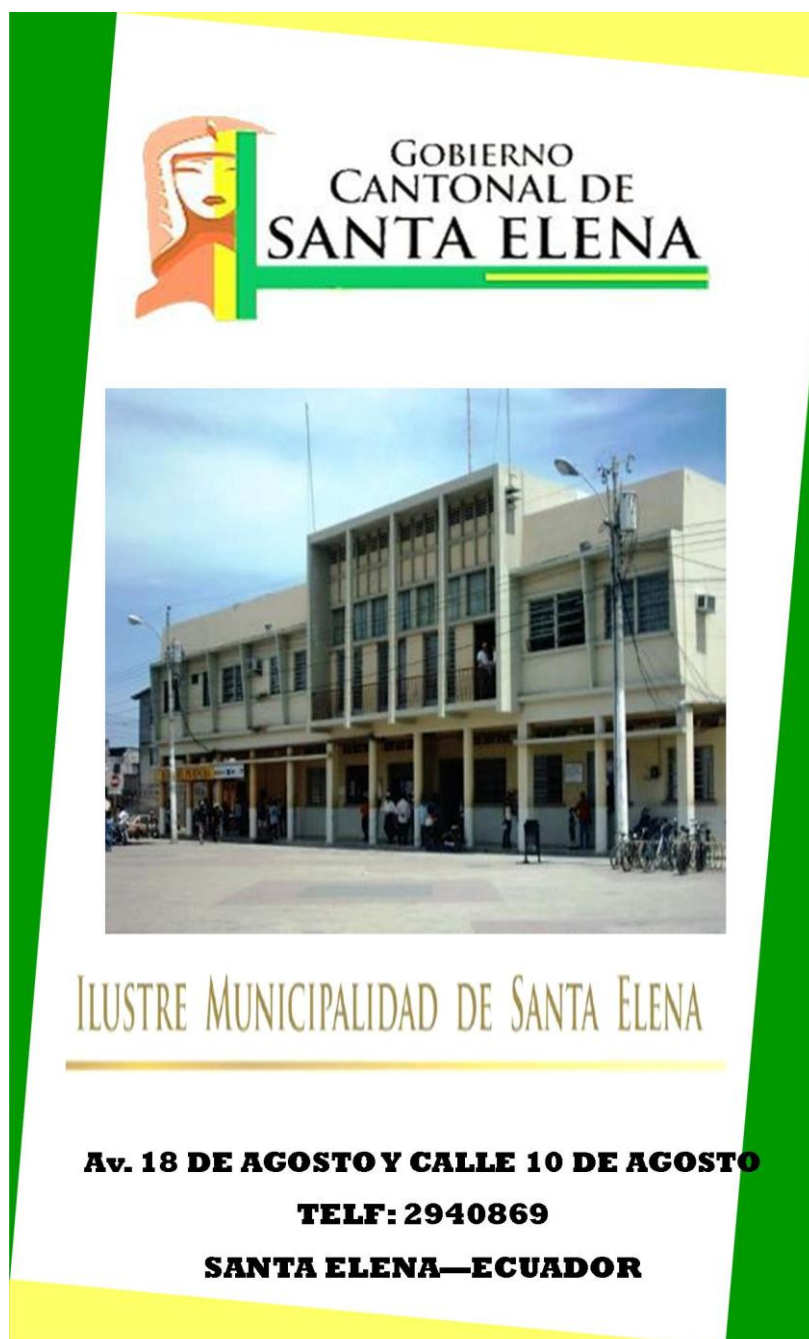


Gráfico 53 Roll up 2



The graphic is a vertical roll-up banner with a green background. At the top, it features the logo of the Cantonal Government of Santa Elena, which includes a stylized face and the text "GOBIERNO CANTONAL DE SANTA ELENA". Below the logo, the word "Servicios" is written in a large, ornate, yellow font. A list of services follows, organized into three main categories: "Avalúos y catastro", "Obras públicas", and "Higiene ambiental". Each category is preceded by a bullet point. The "Avalúos y catastro" category includes a sub-list of services, each preceded by a small asterisk. At the bottom of the banner, there is a smaller version of the government logo and a yellow box with the slogan "En Santa Elena construimos el cambio!!" in green and black text.

GOBIERNO
CANTONAL DE
SANTA ELENA

Servicios

- Avalúos y catastro.
 - * Certificado de Inspección Final
 - * Colocación de Hitos y Permiso de Cerramiento
 - * Construcción Inicial
 - * Línea de Fábrica
 - * Permiso de Demolición
 - * Permiso de Lotización
 - * Permiso de Obra Menor
 - * Propiedad Horizontal
- Obras públicas.
- Higiene ambiental.
- Promoción social

GOBIERNO
CANTONAL DE
SANTA ELENA

En
Santa Elena
construimos
el cambio!!!

Plan de Relaciones Públicas:

Objetivo:

Difundir los servicios que se brindan en el GAD Municipal de Santa Elena para incrementar el número de usuarios que hacen uso de los servicios.

Herramientas a utilizarse:

- **Carpas de información a la ciudadanía:** Establecer carpas de información a la ciudadanía en las comunas, barrios y sectores para que los usuarios puedan despejar sus inquietudes respecto a los diversos servicios que se brindan en el GAD municipal.
- **Presentación Audiovisual:** Se realizará una presentación audiovisual dirigida a la población en general para difundir los servicios que brinda el GAD municipal de Santa Elena, donde se mostrará el proceso que deben realizar los ciudadanos para realizar los trámites.
- **Ferias:** Participar en ferias del buen vivir organizadas por las entidades gubernamentales para difundir las actividades y servicios que presta el GAD de Santa Elena.

Merchandising:

Merchandising de Seducción:

Crear un ambiente agradable, presentando una oficina decorada e iluminada para brindar mayor comodidad a los usuarios y mejoren los procesos de servicio al cliente. Se mejorara la distribución departamental para que el acceso a cada departamento sea más viable.

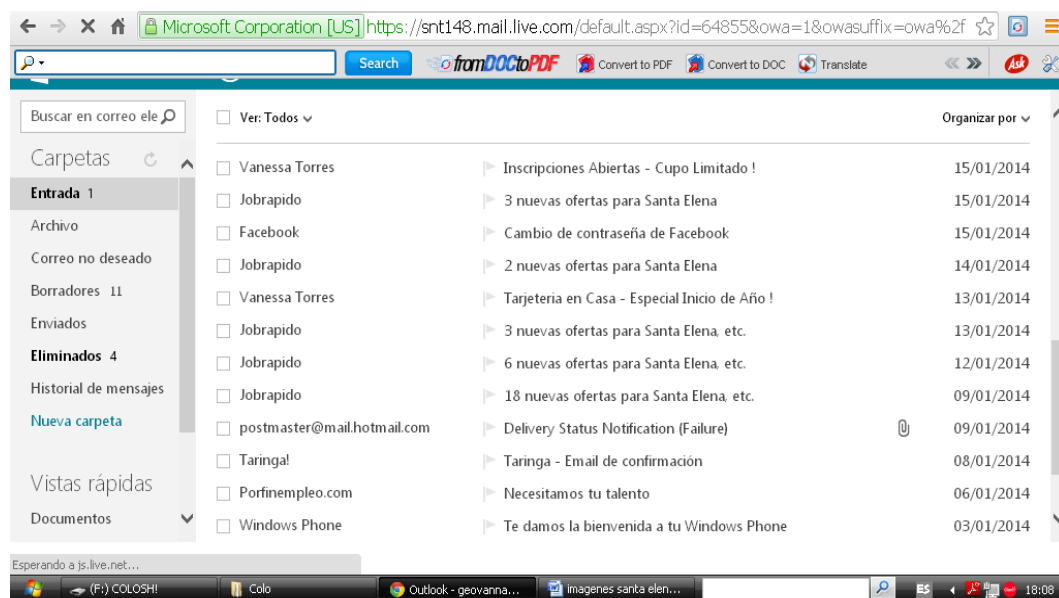
Marketing Directo:

Esta herramienta permite al GAD municipal de Santa Elena estar en contacto directo con los usuarios, conociendo y reconociendo las falencias que posee la institución para adoptar soluciones oportunas considerando las preferencias y necesidades de los mismos; esto le permitirá brindar un servicio de calidad total que supere las expectativas de los usuarios y lo diferencia de la gestión gubernamental de otros gobiernos municipales locales.

La estrategia empleada para este fin es:

- Elaboración de una base de datos de los clientes donde conste el correo electrónico de cada uno de ellos, para luego enviar información sobre las tarifas o servicios que brinda la institución.

Gráfico 54 Correo electrónico



Elaborado por: Manuel Orellana Jara

4.1.6.5.Evidencia Física

Actualmente la infraestructura física del GAD Municipal de Santa Elena es muy buena, sin embargo la distribución departamental interna representa un factor muy preocupante debido a que no proyecta una buena imagen ante quienes visitan las instalaciones.

Además es necesario mejorar la imagen externa debido a que conserva el modelo tradicionalista y poco motivadora.

Se planea implementar señalética interna que le permita a los usuarios identificar más fácilmente los departamentos y de esta forma facilitarles su experiencia y ahorrarle tiempo.

Gráfico 55 GAD municipal de Santa Elena actual



Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Con la implementación de este proyecto se mejorará sustancialmente la distribución interna del área con el que cuenta la el GAD municipal, donde se realizara una remodelación externa e interna para mejorar la estadía de los usuarios.

Gráfico 56 Modelo de oficina



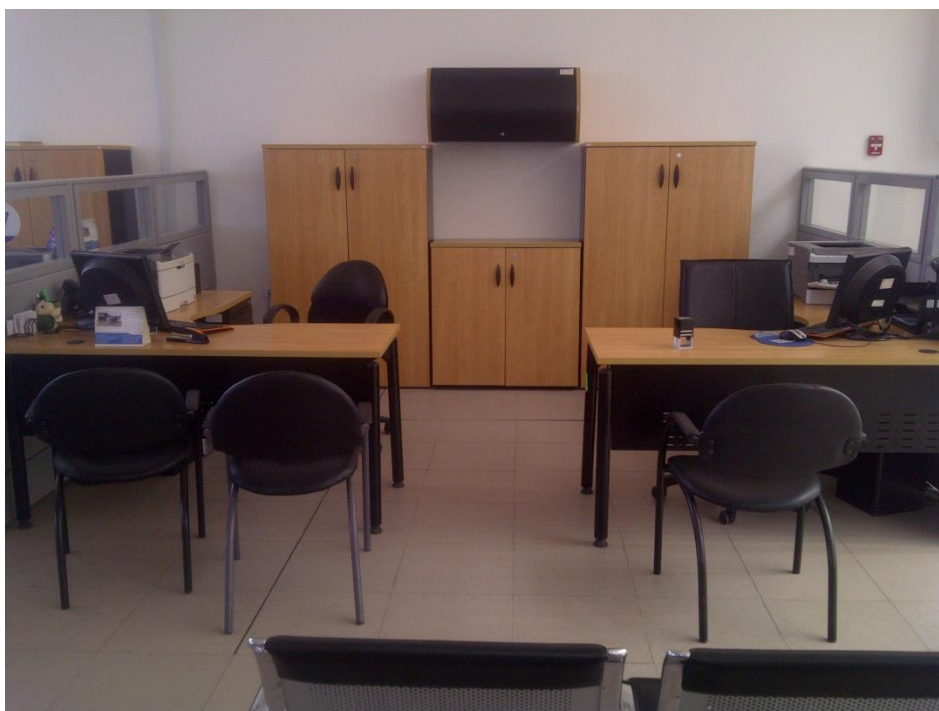


Gráfico 57 Diseño de Rótulo



4.1.6.6. Personas

La I. Municipalidad del cantón Santa Elena, cuenta con un alto número de personal el mismo que se haya distribuido en los siguientes niveles administrativos:

- **NIVEL DIRECTIVO**

Esta es la más alta jerarquía de autoridad, está integrado por los concejales, según lo dispuesto en la ley orgánica de régimen municipal y se encarga de dirigir y controlar las actividades municipales.

- **NIVEL EJECUTIVO**

El nivel ejecutivo es el grado más alto de la administración municipal y está representado y ejercido por el alcalde del cantón.

- **NIVEL ASESOR**

Se encarga de proporcionar asistencia, consejo técnico y especializado a la municipalidad y está conformado por: asesoría jurídica y auditoría interna.

- **NIVEL DE APOYO**

Este nivel es responsable de la administración eficiente y dotación de los recursos: humanos, materiales, financieros, tecnológicos y logísticos. Está conformado por: la dirección de recursos humanos y administrativo; dirección financiera municipal y secretaria general.

- **EL NIVEL OPERATIVO**

Este nivel es el responsable de la ejecución de planes, programas y proyectos para cumplir con los objetivos municipales. Está conformado por las siguientes unidades: dirección de obras públicas, dirección de avalúos y catastro, dirección

de planificación, dirección de vía pública, dirección de higiene ambiental, servicios comunales, juntas parroquiales y procesamiento automático de datos.

Cuadro 51 Temas de capacitación

	Temas		Horas
	1º	2º	
Capacitación de servicio al cliente	-Importancia de la satisfacción del usuario. -Tipos de usuarios -¿Por qué las empresas fracasan continuamente en la satisfacción del cliente?	-Calidad del servicio. -Relaciones humanas.	4 horas
Capacitación Motivación	-Comunicación organizacional -Cultura organizacional	-Comunicación -Incentivos personales	4 horas
Capacitación de Trabajo en Equipo	-Qué es el trabajo en equipo -El equipo que falla vs. el equipo eficaz	-Toma de decisiones -Del pensamiento individualista al pensamiento de equipo	4 horas
Capacitación de Liderazgo	-Cualidades y competencias del líder. -Aprender a delegar tareas.	-Aprender a delegar tareas -Cómo superar situaciones de crisis	4 horas

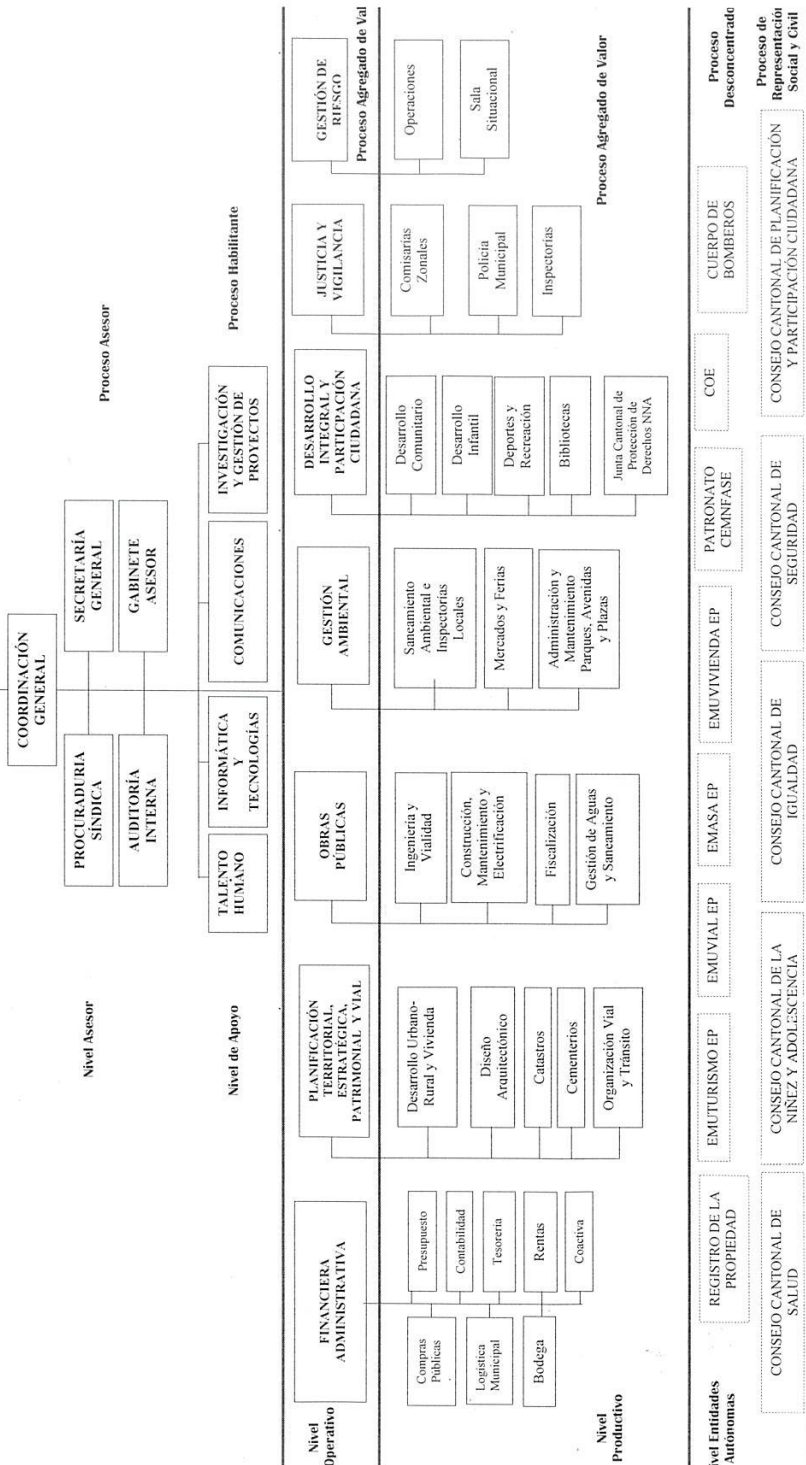
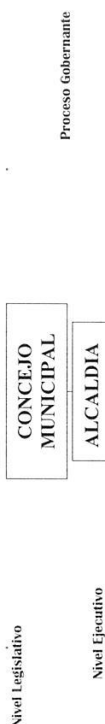
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Gráfico 58 Organigrama GAD Municipal de Santa Elena

Estructura orgánica funcional se rige base una base legal establecida; con sus regulaciones y procedimientos internos aplicables a la entidad y en conformidad con sus programas operativos.



ESTRUCTURA ORGÁNICA ADMINISTRATIVA DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE SANTA ELENA



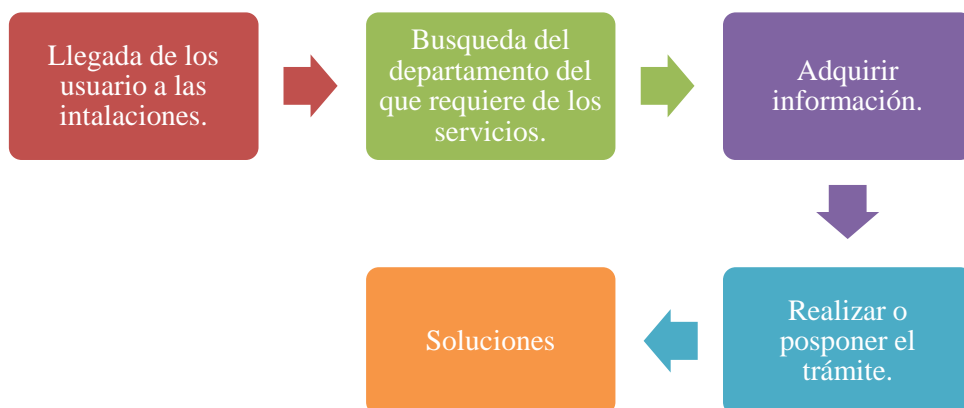
La principal estrategia que se planea implementar es la capacitación al personal en temas referentes a motivación personal, servicio al cliente, trabajo en equipo y relaciones interpersonales; estas capacitaciones se efectuarán dos veces al año para mejorar eficiencia del personal y motivarlos a mejorar su desempeño.

4.1.6.7. Procesos

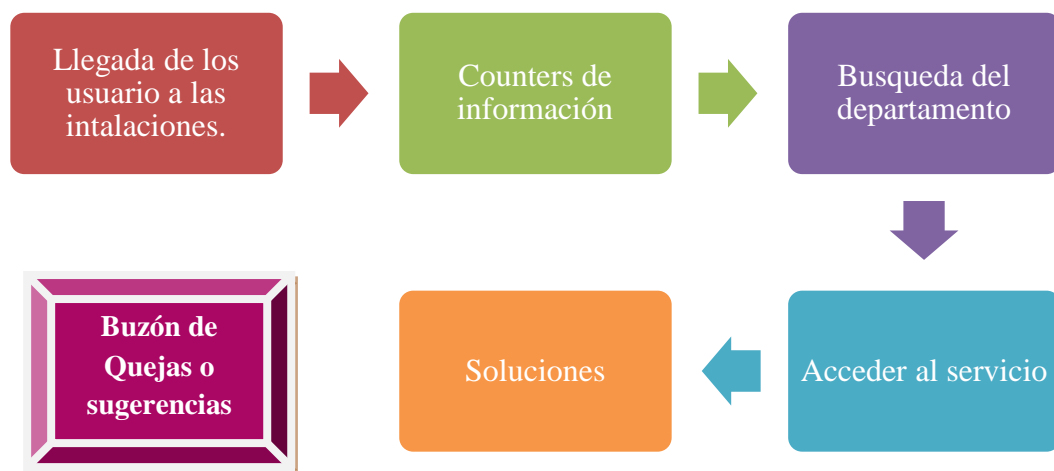
El GAD Municipal de Santa Elena realiza un sinnúmero de actividades para poder brindar a sus usuarios diversos servicios acorde a sus requerimientos, este debe seguir su proceso burocrático para su programación, implementación y control.

Actualmente el proceso es el siguiente:

Gráfico 59 Proceso del servicio que se brinda en el GAD Municipal de Santa Elena



Elaborado por: Manuel Orellana Jara



Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Con el nuevo proceso se hace necesario contar con un counters de información que le permita atender y orientar a los usuarios respecto a sus trámites y direccionarlos al departamento correspondiente. Se plantea colocar un buzón de quejas y sugerencias que permita mejorar los procesos mediante las sugerencias de los usuarios.

Gráfico 60 Diseño del Buzón de sugerencias



4.1.7. Plan De Acción:

Las actividades a desarrollar en el presente plan de acción, mejorar el servicio que se brindan en las oficinas del GAD Municipal de Santa Elena, son las siguientes:

Cuadro 52 Plan de acción

Problema Principal: ¿Cómo incide la aplicación de estrategias de marketing de servicios en la calidad de la atención al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, en el año 2013?			
Fin del Proyecto		Indicadores:	
Calidad de la atención al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena		Incrementar en un 40% los usuarios que emplean los servicios del GAD Municipal de Santa Elena.	
		Capacitar al 90% del personal para ser más eficiente y comprometido con la institución.	
Propósito del Proyecto		Indicadores:	
Implementación de estrategias de marketing de servicio		Incrementar 5 usuarios que emplean los servicios por mes.	
		Mejorar en un 20% de los procesos internos a través del trabajo en equipo.	
Objetivos Específicos	Indicador	Estrategia	Actividades
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las falencias que posee el GAD Cantonal de Santa Elena respecto a temas vinculados con la atención al cliente. 	Análisis Externo e Interno	Estrategia de Mercado	Captar un 50% de los nichos de mercado existentes.
		Estrategia competitiva	Segmentación geográfica, demográfica y psicográfica.
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un estudio de mercado en la ciudadanía para identificar que estrategias son las más idóneas. 		Estrategia de Posicionamiento	Por ocasiones de uso del servicio; los usuarios emplean los servicios que esta entidad oferta en diversas fechas específicas.

<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estrategias que permitan, eficiencia en la Atención al Cliente de Gobierno Municipal del cantón Santa Elena. 	Productos	Estrategia de Producto	<ul style="list-style-type: none"> * Implementación de nuevo Servicio *Rejuvenecimiento de la línea de servicios. *Capacitar al personal 2 veces al año en temas de: servicio al cliente, trabajo en equipo, relaciones interpersonales y motivación.
			Desarrollo de mercado Atraer a un nuevo segmento incrementado un 50% de los usuarios actuales.
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un Plan de acción que permita ejecutar las estrategias de Marketing de Servicios. 	Mezcla de Promocional	Plan de Medios	Estrategia Pull Persuadir a los usuarios para que hagan uso de los servicios que oferta esta entidad en un 80%.
			Realizar una campaña publicitaria empleando Roll up, Red social Facebook y trípticos para dar a conocer los servicios del GAD Municipal en un 100%
			Elaboración de una base de datos de los clientes donde conste el correo electrónico de cada uno de ellos, para luego enviar información sobre las tarifas o servicios que brinda la institución.
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar medios de comunicación que le permitan brindar información oportuna y permanente. 		Plan de Relaciones Públicas	Realizar una presentación audiovisual dirigida a la población en general para difundir los servicios que brinda el GAD municipal de Santa Elena Establecer un counters de información en la entrada principal del municipio para que los usuarios puedan despejar sus inquietudes respecto a los diversos servicios que se brindan en el GAD municipal. Instalar carpas de información para proporcionar información a los usuarios respecto a los servicio.

Fuente: Análisis de las Encuestas
Elaborado por: Manuel Orellana

Cuadro 53 Matriz del plan de acción

ACTIVIDAD	SUB ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHAS											
			Enero	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agst.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
Capacitar dos veces al año a los empleados municipales de los diversos departamentos lo referente a la servicio al cliente para que puedan brindar un mejor servicio a los usuarios.	Capacitación en servicio al cliente, relaciones interpersonales, trabajo en equipo y motivación.	GAD Santa Elena												
Crear una cuenta en Facebook para interactuar con los usuarios.	Gestión del Facebook	Manuel Orellana												
Entregar trípticos informativos de los servicios que se brindan en la institución en los diversos departamentos del GAD cantonal y en los exteriores del mismo.	Repartir trípticos en las oficinas departamentales y en el exterior del edificio municipal.	GAD Santa Elena												

4.1.7.1.Cronograma de Actividades:

Cronograma: Es una representación gráfica de un conjunto de hechos en función de tiempo.

Las actividades propuestas en nuestro cronograma de trabajo a realizar son las siguientes:

Cuadro 54 Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	FRECUENCIA						
	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	BIMESTRAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL
Capacitación Servicio y Atención al cliente						x	
Capacitación de trabajo en equipo						x	
Capacitación de relaciones interpersonales						x	
Capacitación en motivación personal.						x	
Creación de una cuenta de Facebook							x
Actualización de información en redes sociales		x					
Atención en el Counters de información	x				x		
Transmisión de medio audiovisual informativo.	x						
Trípticos			x				
Señalética Corporativa							x

Fuente: Análisis de las Encuestas.
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

4.1.7.2.Presupuesto Para El Plan:

El presente presupuesto abarca las actividades mencionadas con anterioridad a desarrollarse para lograr la eficacia del plan, el mismo que podrá tener los cambios de ser necesarios y toma en cuenta el costo que se incurrirá en la implementación de las estrategias por año.

Cuadro 55 Presupuesto anual

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO
		UNITARIO	TOTAL
Capacitación Servicio y Atención al cliente	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Capacitación de trabajo en equipo	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Capacitación de relaciones interpersonales	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Capacitación en motivación personal.	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Señalética interna (Rótulos departamentales)	30	\$ 10,00	\$ 300,00
Video de presentación de servicios	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Roll - Up estructura de Aluminio y Lona Impresa full color.	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Trípticos Informativos Papel couche de 150 gr. A-4 full color.	1000	\$ 0,14	\$ 140,00
Buzón de preguntas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Counters de información equipada	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
TOTAL			\$ 4.810,00

Fuente: Cotización a Imprenta Coronel.
Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Análisis del Presupuesto de Marketing

Al tratarse de una entidad estatal que administra sus recursos de forma autónoma el presente presupuesto muestra que el monto para mejorar su servicio y con ello la imagen de la institución es accesible y no representa materialidad en su presupuesto total. Las actividades a desarrollar se basan en el plan de acción fijado para la eficacia del servicio se considera que las actividades se realizaran de forma permanente durante los cinco años establecidos en el plan.

Cuadro 56 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
Flujo de caja acumulado Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	0	4.810,00	4.810,00	4.810,00	4.810,00	4.810,00
Publicidad	0	4.810,00	4.810,00	4.810,00	4.810,00	4.810,00
Total	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo de caja acumulado	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Elaborado por: Manuel Orellana Jara

Los ingresos registrados en el flujo de caja corresponden a la asignación presupuestaria establecida en base al presupuesto realizado. Además al tratarse de una entidad del estado no se pretende obtener una rentabilidad económica propiamente dicho, puesto que se busca mejorar el servicio que se brinda a la comunidad y brindar un servicio de calidad y calidez; indicadores que solo pueden medirse a través del incremento de usuarios con el servicio.

4.1.8. Evaluación y control

La evaluación y control que se debe efectuar para las actividades a emprender en el GAD Municipal permitirán el mejoramiento constante de las actividades planteadas para lograr el cumplimiento de los objetivos.

Este trabajo nace de evaluar la necesidad de implementar un “Plan de Marketing **de servicio para el GAD Municipal de Santa Elena**, con la finalidad para fortalecer la atención al cliente y de esta forma mejorar los procesos internos y externos; debido a que el este es un factor que incide mucho en las instituciones públicas y cuyo valor es superior para los usuarios.

Se implementará estrategias que permitan mejorar la atención al cliente y a su vez que cree lazos de compromiso del personal para con la institución y la colectividad, brindando información oportuna y permanente.

El análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante la recopilación de información es la base para la ejecución de este trabajo; en él se especifica cuales son las medidas que deberían adoptarse o cuáles son las falencias que posee la entidad y en base a estos se generaron las diferentes estrategias de marketing que permitirán alcanzar los objetivos.

Para verificar si las estrategias que se implementarán produce el efecto deseado, se realizará un estudio de mercado a partir del primer año que se ejecute el plan.

Es por ello que se realizan las siguientes conclusiones y recomendaciones:

CONCLUSIONES

- El análisis interno y externo nos permitió determinar que la principal fortaleza que posee este GAD municipal de Santa Elena es el hecho de trabajar bajo un lineamiento político muy sólido que trabaja a favor de la ciudadanía en general y posee la predisposición de mejorar, sin embargo están conscientes que deben motivar al personal para que a través de un trabajo en equipo puedan brindar una atención de calidad.
- Actualmente los funcionarios públicos no cuentan con una capacitación en el área de atención al usuario, aunque una gran parte de ellos posee una formación académica no se hayan capacitados para mejorar los estándares del servicio brindado.
- Los usuarios estiman que la calidad del servicio que perciben tiene muchas falencias que deberían mejorarse debido a que sus contribuciones a través de los impuestos les permiten exigir un servicio de calidez y calidez. .
- Es necesario elaborar un plan de marketing de servicio para mejorar la atención al usuario del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena.

RECOMENDACIONES

- Mantener un contacto directo con los clientes a través de un CRM que le permita una comunicación bidireccional para buscar soluciones oportunas a las falencias que tiene esta entidad.
- Capacitar dos veces al año a los empleados municipales de los diversos departamentos lo referente a la servicio al cliente, relaciones interpersonales, trabajo en equipo y motivación; para que puedan brindar un mejor servicio a los usuarios.
- Crear un counters de información que permita guiar al usuario sobre su trámite y a su vez le ahorre tiempo para realizarlo. Esto permitirá que la percepción ciudadana se fortalezca de forma positiva y se creen lazos con la colectividad.
- Realizar una campaña publicitaria empleando roll up, red social Facebook y trípticos para dar a conocer los servicios del GAD Municipal de Santa Elena.

BIBLIOGRAFÍA

- ZEITHAML V, M. B, D. G. (2010). Marketing de servicios, quinta edición, editorial Mc Graw Hill.
- LOVELOCK C, J. W. (2010). Marketing de servicios, personal, tecnología y estrategia, sexta edición.
- SANTESMASES M. (2010). Marketing conceptos y estrategias. Quinta edición. Ediciones Pirámide.
- ROMERO P. (2009). Marketing Municipal. Ediciones Díaz de Santos.
- PEREZ V. (2010). Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. Editorial S. L.
- MUNUERA J, E. A, R. A. (2010). Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección. ESIC Editorial.
- MORENO R, M. M. C. (2011). Marketing Público: Investigación, aplicaciones y estrategias. ESIC Editorial.
- RIVERA L. (2009). Marketing para las relaciones públicas: gestión de la satisfacción en un servicio público.
- VARGAS M, L. A. (2011). Calidad y Servicios conceptos y herramientas, primera edición.
- MANUERA J, E. I. A. (2009). Estrategias de Marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección, ESIC Editorial.
- ABADI, M. (2008). *Calidad de servicio*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- ASAMBLEA, C. (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Quito.
- CHARLES W. Lambr, J. (2010). *Fundamentos del Marketing*. España: Cengage Learning

- ESCUDERO, J. L. (2009). *estrategias de Marketing; un Enfoque Basados en el Proceso de Dirección*. Madrid, España: ESIC.
- GUINN, T. C. (2010). *Publicidad y Comunicación Integral de Marca* (4ta. ed.). México D.F: Thomson.
- LERMA González, H. (2012). *Metodología de la Investigación:Propuesta, Ante Proyecto y Proyecto* (4 ta. ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe.
- PICART, T. P. (2008). *Marketing de servicios para administraciones públicas con los ciudadanos*. Andalucía, España: Coria Gráfica
- TORRES, V. C. (2010). *Calidad total en la atención al cliente: pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. Ideas Prodias Editorial S.L.
- STANTOR, W. (2012). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- RODRÍGUEZ, I. (2009). *Principios y Estrategias de Marketing* (Primera ed.). Barcelona, España: UOC.

WEBGRAFÍA

- <http://www.networkcem.com/pdfs/Marketing%20de%20Servicios.pdf>
- <http://admymercadeo.blogspot.com/2013/06/8ps-del-marketing-de-servicio.html>
- <http://hablemosdelservicio.blogspot.com/las-8-p-del-marketing-de-servicio.html>
- <http://www.publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article>
- <http://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>
- <http://www.kaosconcept.net/articulos/10-reglas-para-una-buena-atencion-al-cliente/>

Anexo 1 Validación de las encuestas a usuarios

ENCUESTA PARA USUARIOS

OBJETIVOS.- Identificar la calidad del servicio que se ofrece a los clientes externos en los diferentes departamentos que conforman el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena.

a. Datos del encuestado

Edad.

18 - 25	
26 - 33	
34 - 41	

42 - 49	
50 - 57	
58 - 65	

Género.

Masculino	
-----------	--

Femenino	
----------	--

b. Preguntas

1. ¿A qué departamento del cabildo municipal se acercó usted para realizar algún trámite?

Alcaldía	
Secretaría General	
Avalúos y Catastros	
Obras Públicas	

Recaudación	
Comisaría	
Otro	

2. ¿Con qué frecuencia usted, se acerca al cabildo municipal del Cantón Santa Elena?

Diariamente	
Semanalmente	
Quincenalmente	
Mensualmente	

Trimestralmente	
Semestralmente	
Anualmente	
Otro	

3. ¿Cómo calificaría usted la infraestructura del cabildo municipal del Cantón Santa Elena?

Muy buena	
Buena	
Regular	

Mala	
Pésima	

4. ¿Cómo calificaría el servicio por parte de los servidores públicos que laboran en el cabildo municipal del Cantón Santa Elena?

Muy buena	
Buena	
Regular	

Mala	
Pésima	

5. ¿Cómo calificaría la tecnología con la que cuentan los departamentos del cabildo municipal del Cantón Santa Elena?

Muy buena	
Buena	
Regular	

Mala	
Pésima	

6. ¿Cree usted que la cantidad de funcionarios públicos que trabajan en el cabildo son suficientes para atender a toda la ciudadanía?

Si	
No	

7. ¿Ha tenido algún problema con un funcionario público del cabildo municipal?

Si = pasar pregunta 8

NO = pasar pregunta 9

Si	
No	

8. ¿Qué acción siguió usted?

Se quejó con su supervisor	
Puso una queja escrita	
Se retiró y no hizo nada	
Otro	

9. ¿Los funcionarios públicos les han solucionado los problemas con los que llegó al cabildo municipal?

Si	
No	

10. ¿Cuánto tiempo esperó para ser atendido por el funcionario público en el cabildo municipal?

1 a 10 minutos	
10 a 30 minutos	

30 a 60 minutos	
Más de una hora	

11. ¿La señalética interna que posee el cabildo municipal es el adecuado para que un visitante pueda direccionarse rápidamente a su destino?

Si	
No	

12. ¿Cree usted que los funcionarios públicos del cabildo municipal están capacitados para ejercer sus funciones de la mejor forma y atender a los usuarios debidamente?

No = pasar pregunta 13

Si	
No	

13. En que podrían capacitarse:

Buenos modales	
Servicio al cliente	

Área técnica	
Trabajo en equipo	

14. ¿Usted se considera un usuario satisfecho por parte del cabildo municipal?

Si	
No	

15. ¿Qué debería mejorar el cabildo municipal para lograr la satisfacción de sus usuarios?

Servicio al cliente	
Tecnología	
Personal capacitado	

Infraestructura	
Señalética interna	
otro	

Anexo 2 Modelo de la encuesta a trabajadores

ENCUESTA PARA TRABAJADORES

Objetivo.- Determinar el grado de satisfacción y compromiso de los empleados que laboran en los diferentes departamentos del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Santa Elena.

a. Datos Personales

Género

Masculino	
Femenino	

Edad

Años de Trabajo en el cabildo municipal

Años **Meses**

Nivel académico

Escuela	
Bachiller	
Estudiante Universitario	
Tercer nivel	
Cuarto nivel	

Es usted un servidor público estable (nombramiento)

Si	
No	

b. Preguntas

1. ¿Qué tan rutinarias son las tareas que realizan en su trabajo?

Extremadamente rutinarias	
Muy rutinarias	
Un poco rutinarias	

2. ¿Los insumos que se les proporcionan para sus labores son los óptimos?

Si	
No	

3. ¿Ha tenido algún altercado con un compañero de trabajo en relación a sus funciones?

Si	
No	

4. ¿Su jefe lo motiva o apoya para mejorar su rendimiento en el trabajo?

Si	
No	

5. ¿Le permiten tomar decisiones independientes en su puesto de trabajo?

Si = pasar pregunta 6

No = pasar pregunta 7

Si	
No	

6. ¿Con qué frecuencia le permiten tomar decisiones?

Con mucha frecuencia	
A veces	

Ocasionalmente	
Nunca	

7. Cree usted que con su decisión podría:

Disminuir el riesgo de fallo	
Mejorar los procesos	
Mejores resultados	

Motivar al personal	
Disminución del tiempo de respuesta	

8. ¿Qué mejoraría del G.A.D Santa Elena para potenciar el desempeño laboral?

Infraestructura	
Separación de departamentos	
Mayores insumos	
Mayor liderazgo de jefes inmediatos	
Capacitaciones continuas	

9. ¿Considera que el ambiente en el que labora es propicio para su desempeño?

Acuerdo	
Poco de acuerdo	
Desacuerdo	

10. ¿Qué tan a gusto se siente usted con la relación laboral que tiene con sus jefes?

A gusto	
Poco a gusto	
Nada a gusto	

11. ¿Con qué frecuencia reciben capacitaciones por parte del G.A.D. Santa Elena?

Más de una vez al año	
Una vez al año	
Una vez cada dos años	
No reciben capacitaciones	

12. ¿Sobre qué le gustaría ser capacitado(a)?

Servicio al cliente	
Motivación	
Liderazgo	

Relaciones interpersonales	
Áreas técnicas según su puesto laboral	
Otro	

13. ¿Recibe información oportuna sobre las actividades, reglamentaciones o propuestas por parte de los altos mandos del G.A.D. Santa Elena?

Si	
No	

14. ¿Qué tan satisfecho está usted en su puesto de trabajo dentro del G.A.D Santa Elena?

Muy satisfecho	
Satisfecho	
Más o menos satisfecho	

Poco satisfecho	
Nada satisfecho	