



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN



MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA

**INFORME FINAL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
EJECUTIVA**

TEMA:

**INCIDENCIA DEL CONTROL DE GESTIÓN EN LA CALIDAD DE
SERVICIO QUE RECIBE EL CLIENTE DEL DISPENSARIO
CAMPEÑO DEL RECINTO LA ÁNGELA PARROQUIA PIMOCHA
PROVINCIA LOS RÍOS.**

AUTORA:

MORA TOMALÄ LEYDI ELIZABETH

TUTOR:

ING .DARLI GAROFALO VELASCO

LECTORA:

DRA. VERÓNICA AYALA

BABAHOYO – OCTUBRE 2016

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto de investigación en primer lugar al Todopoderoso, quien me dio la vida, fortaleza y sabiduría para poder desarrollar este trabajo investigativo.

A mis Padres quienes con sus ejemplos me guiaron para lograr ser una persona con valores y principios para desenvolverme en el diario vivir como: hija, hermana, esposa, madre y profesional, con sabios consejos, comprensión, amor, paciencia y ayuda que me brindaron en cada momento de mi vida.

A mi hermana que me han ayudado con su apoyo y motivación para continuar en este anhelo por superarme, gracias por esa fraternidad para conmigo.

A mi esposo por el apoyo incondicional que me brinda día a día en el transcurso de mi carrera universitaria, por la paciencia, comprensión y amor que me ayudo para lograr mi tema profesional.

A mis hijo/as que es el motor fundamental de mi vida, que con amor y paciencia son el empuje constante para lograr llegar al objetivo propuesto y con éxito superarme profesionalmente.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por darme la vida, guiarme y fortalecerme cada día, para continuar el camino hacia el éxito profesional y obtener mí objetivo anhelado.

Mi gratitud va para la Universidad Técnica de Babahoyo, por darnos la oportunidad de culminar con éxito nuestros estudios superiores.

A los docentes que a lo largo de nuestra carrera profesional contribuyeron con sus sabios saberes a obtener nuevos conocimientos y consolidar la formación académica.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICA, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA

CERTIFICADO DE AUTORÍA INTELECTUAL

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación titulado:
**INCIDENCIA DEL CONTROL DE GESTIÓN EN LA CALIDAD DE
SERVICIO QUE RECIBE EL CLIENTE DEL DISPENSARIO
CAMPEÑO DEL RECINTO LA ÁNGELA PARROQUIA PIMOCHA
PROVINCIA LOS RÍOS,** son de exclusiva responsabilidad de la autora.

MORA TOMALÁ LEYDI ELIZABETH

C.I.1204434854



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICA, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA

INFORME FINAL POR PARTE DEL TUTOR

En calidad de tutor del trabajo del informe final me permito comunicar que ha sido un esfuerzo de la estudiante egresada en realizar la investigación sobre: **INCIDENCIA DEL CONTROL DE GESTIÓN EN LA CALIDAD DE SERVICIO QUE RECIBE EL CLIENTE DEL DISPENSARIO CAMPESINO DEL RECINTO LA ÁNGELA PARROQUIA PIMOCHA PROVINCIA LOS RÍOS.**

Mismo que será un aporte bibliográfico para todos aquellos lectores que tendrán la oportunidad de tener en sus manos.

Esperando que este informe final sirva a los estudiantes y docentes como medio de consulta.

Ing. DARLI GAROFALO VELASCO MAE.

TUTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICA, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DE LA TUTORA DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
SUSTENTACIÓN.**

Babahoyo 30 de Octubre del 2016

En mi calidad de Tutora del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio No. 0272, del 14 de Julio del 2016, mediante resolución CD-FAC.C.J.S.E - SO-006-RES- 002-2016, certifico que la Srta. **LEYDI ELIZABETH MORA TOMALA**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

INCIDENCIA DEL CONTROL DE GESTIÓN EN LA CALIDAD DE SERVICIO QUE RECIBE EL CLIENTE DEL DISPENSARIO CAMPESINO DEL RECINTO LA ÁNGELA PARROQUIA PIMOCHA PROVINCIA LOS RÍOS.

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

Ing. Darli Garofalo Velasco.

0200620136
TUTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DE LA LECTORA DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
SUSTENTACIÓN.**

Babahoyo, 30 de Octubre del 2016

En mi calidad de Tutora del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio No. 0272, del 14 de Julio del 2016, mediante resolución CD-FAC.C.J.S.E - SO-006-RES- 002-2016, certifico que la Srta. **LEYDI ELIZABETH MORA TOMALA**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas:

INCIDENCIA DEL CONTROL DE GESTIÓN EN LA CALIDAD DE SERVICIO QUE RECIBE EL CLIENTE DEL DISPENSARIO CAMPESINO DEL RECINTO LA ÁNGELA PARROQUIA PIMOCHA PROVINCIA LOS RÍOS.

Por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

Dra. Verónica Ayala Esparza.

LECTORA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS
FUENTES EN EL SISTEMA ANTIPLAGIO

URKUND

En mi calidad de tutor del trabajo de grado del egresado Mora Tomalá Leydi Elizabeth, cuyo tema se titula “ INCIDENCIA DEL CONTROL DE GESTIÓN EN LA CALIDAD DE SERVICIO QUE RECIBE EL CLIENTE DEL DISPENSARIO CAMPESINO DEL RECINTO LA ÁNGELA PARROQUIA PIMOCHA PROVINCIA LOS RÍOS “certifico que este fue analizado al sistema ANTIPLAGIO URKUND, y alcanzo un porcentaje de similitud del 9%, el mismo que fue analizado e identificadas las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas en este documento , logrando así alcanzar el porcentaje menor de 10% de similitud exigido por la institución, que corresponden a fuentes no consideradas referencias bibliográficas.

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el porcentaje indicado. Es todo lo que puedo decir en honor a la verdad.

ING. Darli Garofalo Velasco.

02006201136

TUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Autorización de la autoría intelectual.....	iv
Informe Final por parte del tutor.....	v
Certificación del tutor.....	vi
Certificación del lector.....	vii
Resumen.....	viii
Informe final del sistema urkund.....	ix
Índice.....	x
Índice de anexo	xi
Índice de tablas	xii
Índice de gráficos	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.	3
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1 contexto internacional.....	3
1.2.2 contexto nacional.....	4
1.2.3 contexto local.....	6
1.2.4 contexto institucional.....	7
1.3SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	8
1.4PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.4.1 Problema general o básico.....	9
1.4.2 Sub-problemas o derivados.....	9
1.5 Delimitación de la investigación.....	10
1.6 Justificación.....	11
1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	11

1.7.2Objetivos específicos.....	12
CAPÍTULO II.-MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....	13
2.1MARCO TEÓRICO.....	13
Control de Gestión:.....	13
2.1.1Marco Conceptual.....	20
2.1.2Marco Referencial.....	29
2.1.2.1 antecedentes de la investigacion.....	41
2.1.Postura Teórica.....	45
2.2HIPÓTESIS.....	47
2.2.1Hipótesis General o Básica.....	47
2.2.2Sub-hipótesis o Derivadas.....	47
2.2.3variables.....	45
CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
3.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
3.1.1 Pruebas estadística del Chi Cuadrado.....	49
3.1.2Análisis e interpretación de datos.....	52
3.2 conclusiones.....	51
3.2.1 específicas.....	51
3.2.2 generales.....	51
3.3 Recomendaciones.....	52
3.3.1 específicas.....	52
3.3.2 general.....	53
CAPITULO IV. PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN.....	54
4.1.1 Alternativa obtenida.....	54
4.1.2 Alcance de la alternativa.....	54
4.1.3 Aspectos basicos de la alternativa.....	55
4.1.3.1 Antecedentes.....	55
4.1.3.2 Justificación.....	57
4.2.2 Objetivos.....	58
4.2.2.1 general.....	58
4.2.2.2 especificos.....	58

4.3.3 estructura general de la propuesta	59
Actividad 1	59
Actividad2.....	69
Actividad 3.....	69
Actividad 4.....	74
4.3.3.1TITULO.....	79
4.3.3.2componente.....	79
actividad 1	79
actividad 2.....	80
actividad 3.....	80
actividad 4.....	81
4.4 resultados esperados de la alternativa.....	81
Bibliografía.....	82
Anexo.....	84

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.- Operacionalización de la Variables	97
--	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Satisfacción con la atención brindada	98
Cuadro 2: Control por parte del coordinador.....	99
Cuadro 3: Recursos necesarios en la institución	100
Cuadro 4: Eficiencia de empleados en su lugar de trabajo.....	104
Cuadro 5: Cumplimiento con responsabilidad	105
Cuadro 6: Nivel de satisfacción de los usuarios con la atención.....	108
Cuadro 7: Establecimiento de indicadores de control para las actividades	109
Cuadro 8: Conveniencia de aplicación de indicadores de control.....	110
Cuadro 9: Incidencia del control de gestión en la satisfacción de los usuarios.	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Satisfacción con la atención brindada	98
Gráfico 2: Control por parte delo coordinador.....	99
Gráfico 3: Recursos necesarios en la institución	100
Gráfico 4: Desarrollo adecuado del trabajo	101
Gráfico 5: Coordinador pendiente del cumplimiento de la atención	102
Gráfico 6: Respeto al turno del usuario	103
Gráfico 7: Eficiencia de empleados en su lugar de trabajo.....	104
Gráfico 8: Cumplimiento de la hora de trabajo.....	105
Gráfico 9: Fomento del trabajo en equipo.....	106
Gráfico 10: Satisfacción de pertenecer al dispensario	107
Gráfico 11: Nivel de satisfacción de los usuarios con la atención	108
Gráfico 12: Establecimiento de indicadores de control para las actividades	109
Gráfico 13: Conveniencia de aplicación de indicadores de control	110
Gráfico 14: Incidencia del control de gestión en la satisfacción de los usuarios	111

RESUMEN

El presente trabajo de tesis se basa en dar a conocer como el control de gestión en la calidad de servicio, para poder entender mejor esta relación entre usuarios y empleados, se ha planteado como objetivo analizar la incidencia de control de gestión en la calidad de servicio que recibe el cliente del dispensario campesino del recinto la Ángela , es un trabajo de tipo explicativo, de campo con 100 usuarios y 5 miembros del dispensario campesino del recinto la Ángela, se aplicó encuestas a ambas personas consumando que no existe un control de gestión en dicho dispensario, en el momento de atención se toman muchas horas no respetan el turno , que al personal deben capacitarlo para lograr eficiencia y brinde mejor atención, por ello se recomienda que se efectúe un control de gestión con la finalidad de mejorar la calidad de servicio y además que se brinde una mejor atención a los usuarios .

1 INTRODUCCIÓN

Las empresas están experimentando un proceso de cambios importantes, donde la incorporación de alta tecnología ha sido lo más relevante, se está transformando rápidamente. En la actual era de la información y la informática, las empresas solo pueden obtener ventajas competitivas sostenibles mediante la aplicación de nuevas tecnologías a los bienes físicos o llevando a cabo una excelente gestión.

Se propone obtener una excelente perspectiva sobre la Calidad de Servicio, a la hora de ofrecer un servicio al cliente, en el cual el esmero debe ser excelente, en el cual se requiere alcanzar la excelencia de buen servicio de atención. En el cual la Institución diseña destacar a los usuarios a través de la performance el objetivo enfatizado una excelente calidad de servicio.

Hay que tener en claro que la calidad de servicio es la satisfacción o necesidades que requiere el cliente o usuario.

En las organizaciones netamente dedicadas a la prestación de servicios, la cultura de atención eficaz al cliente posee gran importancia, ya que a través de la excelencia en este proceso, se consigue mejorar la percepción de calidad general de la organización por parte de los clientes, fidelización y reconocimiento de la

marca representada, lo cual al final de cuentas significa beneficios cualitativos y medibles en términos de resultados.

La eficiencia y eficacia de las instituciones públicas, están determinadas mediante la evaluación de procesos administrativos y operativos que estas cumplen, haciendo uso de indicadores control del desempeño.

CAPÍTULO I

DEL PROBLEMA

1. 1. TEMA DE INVESTIGACIÓN.

Incidencia del control de gestión en la calidad de servicio que recibe el cliente del dispensario campesino del Recinto La Ángela

1.2 MARCO CONTEXTUAL

1.2.1 Contexto internacional.

La manera de iniciación y desarrollo del control de gestión en Estados Unidos, Europa y España (Illescas, 1993) contienen dos periodos importantes: el perfeccionamiento del control de gestión económico y el avance del control integrado de gestión. El primero se basa en el ámbito de enfoque contable y monetario, el segundo sirve de nexo adhesivo de la gestión integral. Durante estos lapsos se han perfeccionado varias herramientas que favorecen el control de gestión.

Se visualiza un cambio en el esmero hacia el cliente, se agrega el desarrollo tecnológico y la innovación, por varios métodos utilizados como

estrategias a la hora de organización, liderazgo, creatividad, excelente comunicación.

El control de gestión se enfoca en obtener resultados desde el momento en que se lo ejecuta, no se interesa en las consecuencias momentáneas, además se dedica en valorar, identificar y comprender los orígenes que se logran solucionar en función operativa. Indudablemente, al no poder sustituir funciones de conocimiento técnico, la relación se asocia en relación de complementariedad en áreas funcionales: personal involucrado como fabricantes, vendedores, tesoreros. Invocando la eficacia económica en la empresa.

1.2.2 Contexto Nacional.

Ecuador trabaja para mejorar la calidad en los servicios de atención a la ciudadanía.

La información y el contenido multimedia, publicado por la Agencia de Noticias Andes, son de carácter público, libre y gratuito.

Quito, (Andes).- La Secretaría de la Administración Pública de Ecuador (SNAP) presentó j su Programa Nacional de Excelencia, con el fin de mejor la

calidad en los servicios que se ofertan a los ciudadanos tanto en el servicio público como el privado. El anuncio se hizo en el marco del III Encuentro de Gestión Pública que se desarrolla en Quito.

Según Vinicio Alvarado, titular de la secretaría, la implementación de este nuevo programa está basado en un modelo de excelencia internacional “adaptados a la realidad ecuatoriana en términos de liderazgo y estilo de gestión”.

“Nos estamos enfocando en la eficiencia, eficacia y en el mejor uso de los recursos para alcanzar nuestros objetivos”, manifestó el funcionario en la presentación del evento.

Entre los principales beneficios que la implementación del sistema están la sistematización de la información para “obtener la información actualizada de los servicios públicos totales” sin que los ciudadanos deban movilizarse de un lugar a otro, sino por medio de una ventanilla única de servicios.

Con la mejora en la calidad de los servicios, también se puede trabajar en la mejora del talento humano. Para ello se realizaron 1.410 encuestas a ciudadanos

de poblaciones urbano-marginales. También se realizaron inspecciones y auditorias de calidad a 171 unidades prestadoras de servicios.

1.2.3 Contexto Local.

La ministra de Salud, Carina Vance, recorrió este martes 15 abril diversas casas de salud de Los Ríos, para constatar la atención que se brinda a los usuarios y dialogar con el personal sobre las acciones que permitan mejorar constantemente la calidad del servicio.

El Centro de Salud Patricia Pilar, en Quevedo, fue la primera unidad que visitó la ministra Vance. Posteriormente acudió al Centro de Salud de Fumisa, donde la gente la reconoció por apoyar al cambio significativo, tanto en infraestructura como en atención al usuario. “Antes era un desastre este sitio, literalmente se caía a pedazos. Ahora es un centro de salud digno”, manifestó Carlos Zambrano, usuario.

En ambos sitios la autoridad sanitaria constató personalmente la dotación del servicio. Más tarde se dirigió al Centro de Salud Tipo C San Jacinto de Buena Fe; recorrió cada una de sus áreas y se mostró complacida por el servicio.

Los Ríos es una de las arterias principales del territorio ecuatoriano, es por ello que CNEL EP ha venido trabajando arduamente para garantizar la calidad del servicio eléctrico en toda la provincia que celebra sus 155 años de creación, con buena iluminación e implementando nuevos proyectos en beneficio de los fluminenses. Con todos los trabajos realizados se ha mejorado la cobertura en el área de servicio de la Unidad de servicio a un 94,68 %.

CNEL EP continúa con el compromiso de mejorar la calidad del servicio eléctrico, impulsando el Plan Nacional del Buen Vivir que promueve el Gobierno Nacional.

1.2.4 Contexto Institucional.

Se indicó que los propósitos son fortalecer la red de atención y brindar servicios sin costos para contribuir con la niñez y comunidades de escasos recursos.

Mejora la calidad de servicio ,una de las pacientes que acude al área de medicina general del subcentro, quien señaló que la atención está innovándose e incluso les proporcionan el tratamiento adecuado que los usuarios necesitan.

La obstetricia señaló que diariamente acoge en su consultorio a 20 personas embarazadas realizándoles controles mensuales, entregando vitaminas, hierro, además en esta sala se brinda planificación familiar, Papanicolaou, tratamientos anticonceptivos.

Asimismo la odontóloga del subcentro dijo que efectúa controles a niños de 1 a 4 años con tratamientos preventivos y grupos escolares mayores de edad, durante las 8 horas que el dispensario atiende.

1.3 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

La ética enseña que la razón para actuar de las personas que brindan los servicios de salud es netamente el paciente y para lograr su satisfacción se debe cumplir sus expectativas. Por tanto, los servicios deben ser de alta calidad, lo más solidario y humano posible, así como respetar el derecho de información, la integridad de las personas que los reciben, siempre que no interfiera con la moral del profesional o de otras personas.

Al igual en cualquiera profesión o actividad, se requiere del conocimiento de la moral como objeto de estudio de la ética y del cumplimiento de sus principios, en cada acto médico, para lograr la mejor relación con las personas a

quienes se le brinda los servicios y con quienes se desempeñan o se relacionan y esto no se alcanza sin respetar la autonomía e integridad de las personas que reciben los servicios, como propiedad de gobernarse a sí mismo.

Se propone Se propone obtener una excelente perspectiva sobre la Calidad de Servicio, a la hora de ofrecer un servicio al cliente, en el cual el esmero debe.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1 Problema general o básico

¿De qué manera incide el control de gestión en la calidad de servicio que recibe el cliente del Dispensario Campesino del Recinto la Ángela Provincia de los Ríos?

1.4.2 Sub-problemas o derivados.

- ¿Qué estrategias de servicio de calidad brinda el Dispensario Campesino para mejorar la calidad de servicio?
- ¿Cuáles son los factores que inciden en la calidad de servicio en el Dispensario para optimizar la calidad de servicio?
- ¿Cómo la calidad de servicio beneficia al Dispensario Campesino para satisfacer las expectativas brindadas para los usuarios.

1.5 Delimitación de la investigación

El informe final del proyecto de investigación con el tema: Incidencia del control de gestión en la calidad de servicio que recibe el cliente del dispensario campesino del recinto la Ángela cantón Babahoyo provincia de los Ríos. Se encuentra delimitado de la siguiente manera:

Área:	Administración.
Línea De Investigación:	De la Universidad Técnica de Babahoyo: Educación y Desarrollo Social. De la Facultad de Ciencias Jurídicas Sociales y de la Educación: Talento Humano. De la Carrera de Administración Ejecutiva: Creación y fortalecimiento
Aspecto:	Estrategias de administración.
Unidades Observación:	Área administrativa, empleados y usuarios.
Delimitación Espacial:	Dispensario campesino del recinto la Ángela parroquia Pimocha, cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos 2016.

1.6 Justificación

El servicio o atención al cliente representa un conjunto de acciones que pretenden satisfacer las necesidades de un cliente, el cual, al final de aquel proceso, resulte satisfecho con la calidad de atención.

En las organizaciones netamente dedicadas a la prestación de servicios, la cultura de atención eficaz al cliente posee gran importancia, ya que a través de la excelencia en este proceso, se consigue mejorar la percepción de calidad general de la organización por parte de los clientes, fidelización y reconocimiento de la marca representada, lo cual al final de cuentas significa beneficios cualitativos y medibles en términos de resultados.

Es entonces, donde surge la necesidad que las organizaciones que presten servicios hospitalarios adopten sistemas de atención al cliente eficaces, que respondan a una satisfacción general de los pacientes que acuden a solucionar sus necesidades de salud, haciendo énfasis en que no basta con la satisfacción objetiva de las necesidades, es decir la atención profesional o restablecimiento de las condiciones de salud, sino que se debe profundizar en otros factores que inciden en la percepción de la calidad que la institución ofrece.

Los beneficiarios favorecidos del recinto la Ángela parroquia PIMOCHA cantón Babahoyo.

1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.7.1 Objetivo General

Analizar la incidencia de control de gestión en la calidad de servicio que recibe el cliente del Dispensario Campesino del Recinto. La Ángela. Parroquia Pimocha cantón Babahoyo Provincia de los Ríos.

1.7.2 Objetivos específicos

- ❖ Conocer las estrategias de servicio que brinda el Dispensario Campesino para facilitar la calidad de servicio.
- ❖ Determinar los factores que inciden en la calidad de servicio que brinda el Dispensario Campesino
- ❖ Diseñar un programa de capacitación sobre estrategias de servicios de calidad para mejorar la calidad de servicio en el Dispensario Campesino.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

Control de Gestión:

El control de gestión es el proceso administrativo que aprovecha para calcular el grado de cumplimiento de los objetivos organizacionales conocidos por la dirección o gobierno corporativo.

Concurren diferencias importantes entre ideas clásica y moderna de control de gestión. La primera es aquella que contiene únicamente al control operativo y que lo desenvuelve a través de un sistema de información respectivo con la contabilidad de costos, mientras que la segunda compone muchos más elementos y observa una continua interacción entre todos ellos. El desconocido concepto de control de gestión centra su atención por igual en la planificación y en el control, y obliga de una orientación muy importante que dote de sentido sus aspectos más operativos.

En métodos generales, se puede decir que el control debe usarse de guía para lograr eficazmente los objetivos planteados con el alto uso de los recursos disponibles (técnicos, humanos, financieros, etc.). Por ello podemos concretar el control de gestión como un transcurso de retroalimentación de averiguación de

uso eficiente de los recursos favorables de una empresa para alcanzar los objetivos planteados.

Los condicionantes del control de gestión:

El primer condicionante es el entorno. Puede ser un entorno estable o dinámico, variable cíclicamente o completamente atípico. La adaptación al entorno cambiante puede ser la clave del progreso de la empresa.

Los objetivos de la empresa también determinan el sistema de control de gestión, según existan de rentabilidad, de crecimiento, sociales y medioambientales, etc.

La estructura de la organización, según sea funcional o divisional, involucra crear variables distintas, y por ende objetivos y sistemas de control también distintos.

El tamaño de la empresa está directamente relacionado con la centralización. En la medida que el volumen crece es necesaria la descentralización, pues hay más cantidad de información y complejidad creciente en la toma de decisiones.

Por último, la sabiduría de la empresa, en el sentido de las relaciones humanas en la organización, es un elemento determinante del control de gestión, sin olvidar el sistema de incentivos y motivación del personal.

Taylor (1895) fue uno de los iniciadores del Control de Gestión industrial, introduciendo la contabilidad analítica, el cronometraje de los tiempos de mano de obra directa, los estándares, la asignación de los costos indirectos, la remuneración por rendimientos. Brown (1907) estableció la fórmula de la rentabilidad del capital. Todavía hoy se observan muchos ejemplos en las empresas el CG gira en torno al control de la eficiencia de la empresa, centrando su atención en los recursos que consume, en el beneficio inmediato y en la información financiera exterior.

Según García (1975) el Control de Gestión (CG) es ante todo un técnica, un medio para llevar con orden el pensamiento y la acción, lo primero es prever, crear un pronóstico sobre el cual fijar objetivos y concretar un programa de acción. Lo segundo es registrar, comparando las realizaciones con las previsiones, al mismo tiempo que se ponen todos los medios para compensar las diferencias constatadas.

Blanco Amat (1984) plantea que la moderna filosofía del CG muestra la función de control como el transcurso mediante el cual los directivos se afirman de la obtención de recursos y del empleo eficaz y eficiente de los mismos en el desempeño de los objetivos de la empresa.

Según Hugué Jordan (1995) el Control de Gestión es una herramienta de la gestión que aporta una ayuda a la decisión y sus útiles de dirección van a acceder a los directores alcanzar los objetivos; es una función descentralizada y coordinada para la planificación de objetivos, acompañada de un plan de acción y la verificación de que los objetivos han sido alcanzados.

Corrigiendo las definiciones sobre control de gestión se observa que:

Todos los autores reconocen que los objetivos son la categoría rectora, porque el proceso de toma de decisiones está orientado a alcanzar los objetivos marcados y luego estos son el patrón para evaluar a la gestión, o sea el grado en que los resultados de la gestión se acercan a los objetivos previamente establecidos.

El control de gestión se relaciona con las actividades siguientes: formulación de objetivos, fijación de estándares, programas de acción (presupuestos), utilización de recursos, medición de resultados (verificación), análisis de desviaciones, corrección del desempeño o mejora.

La Calidad de servicios.

La calidad en el servicio no es una estrategia aplicable únicamente en las empresas del sector servicios. Las empresas manufactureras y comerciales desarrollan una buena cantidad de actividades de servicio, como ventas (mediante representantes o en mostrador, centros telefónicos, etc.), distribución, cobranza, devoluciones o reclamaciones e incluso, asesoría técnica.

¿Qué es entonces la calidad en el servicio?

Como resultado de investigaciones, tanto bibliográficas como de mercado, hemos podido entender que todos los clientes evaluamos el servicio que recibimos a través de la suma de las evaluaciones que realizamos a cinco diferentes factores, a saber.

Elementos tangibles: Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (de cómputo, oficina, transporte, etc.).

Una evaluación favorable en este rubro invita al cliente para que realice su primera transacción con la empresa.

No son pocos los clientes del ramo industrial que con sólo visitar la planta

manufacturera o conociendo su sistema de cómputo, se deciden a realizar su primer pedido. Ni qué decir de las empresas del sector comercio: Una exhibición adecuada de los productos que comercializa influye en un cliente potencia.

De la misma forma, si su empresa es del sector servicios, también logrará un beneficio con el buen uso de los elementos tangibles, como es el caso de los nuevos talleres automotrices (franquiciados), que revoluciona nuestra costumbre de ver talleres para autos con demasiada grasa y muy descuidados: asesores e instalaciones limpias invitan a más de un cliente, día con día, a experimentar con dicha organización.

Es importante mencionar que los aspectos tangibles pueden provocar que un cliente realice la primera operación comercial con nosotros, pero no lograrán convencer al cliente de que vuelva a comprar.

Muchos negocios exitosos han sido fruto de haber creado una gran visión de negocio desde su concepción. Así, el desarrollo de una visión del negocio de servicio se beneficia de la creación de un concepto de servicio. El concepto de un servicio está íntimamente ligado a su diseño. Muchas organizaciones dan por un hecho el diseño de un servicio. Poco se habla en nuestra región sobre la importancia del diseño de los servicios. Los negocios exitosos ponen especial cuidado en el diseño de los servicios.

Para una buena estrategia de servicio al cliente es necesaria la involucración de la compañía, el liderazgo de la alta gerencia, la satisfacción, productividad y lealtad de los empleados, y conocer el valor del servicio.**(Levit)**

Con origen en el término latino *servitium*, la palabra servicio define a la actividad y consecuencia de servir (un verbo que se emplea para dar nombre a la condición de alguien que está a disposición de otro para hacer lo que éste exige u ordena). A nivel económico y en el ámbito del marketing, se suele entender por servicio a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes.

De este modo, el servicio podría presentarse como un bien de carácter no material. Por lo tanto, quienes ofrecen servicios no acostumbran hacer uso de un gran número de materias primas y poseen escasas restricciones físicas. Asimismo, hay que resaltar que su valor más importante es la experiencia. Por otra parte, es necesario destacar que quienes proveen servicios integran el denominado sector terciario de la escala industrial.**(Definicion.de, 2008 - 2015)**

La calidad en el servicio es considerado como el aspecto más importante en el mundo de los negocios. Su finalidad es cumplir los requerimientos del

cliente y garantizar que todas las actividades de la organización contribuyan a satisfacer sus necesidades. En empresas de productos tangibles, el servicio se considera un valor adicional y es la esencia en empresas de servicio. La calidad en el servicio depende de la actitud y aptitud del personal que trabaja en la empresa. Las motivaciones y políticas constituyen un aspecto relevante en la construcción y fortalecimiento de una cultura de servicio hacia los clientes.

(García, 2014)

2.1.1 Marco Conceptual.

Según García (1975), el control de gestión es un método, que sirve para proyectar el, orden pensamiento y acción, es decir, trabajar mutuamente y poder establecer un pronóstico en el cual establecer objetivos y precisar un programa de acción ejecutado. Controlar, y comparar las ejecuciones con las conjeturas en el mismo tiempo que los medios para suplir las diferencias comprobadas.

Blanco (1984) plantea que la reciente filosofía del Control de Gestión exhibe la ocupación de control como proceso en el cual los directivos aseveran que la obtención de recursos, empleo eficaz y eficiencia de los mismos en el acatamiento equitativo de la empresa.

El control de gestión sirve para guiar la misión empresarial hacia la imparcialidad de la organización y una herramienta para evaluarla.

Existen diferencias importantes entre conceptos básicos y modernos acerca de control de gestión. En el concepto básico incluye únicamente al control operativo y alega que por medio de un sistema de información se desarrolla, relacionando la contabilidad de costos, mientras que otros integran varios elementos y examinan una incesante interacción entre todos los elementos. En el nuevo concepto de control de gestión se asevera que su atención es por igual; en planificación y control, además precisa una orientación transcendental que dote los aspectos más operativos del control de gestión.

La calidad de servicio.

Opinando el significado de la calidad de servicio, se debe conocer el concepto de calidad, servicio y cliente por espaciado.

Se concreta la calidad como integridad de destinos, las particularidades o procedimientos de una excelente prestación. La calidad no se puede evaluar por su evaluación u observaciones de variaciones constitutivas de un servicio admitido.

Para poder clasificar se realiza una evaluación de todas las características, funciones y comportamiento.

Se opina por servicio a una diligencia o beneficio que se recibe de una persona a otra. El servicio es una actividad que se realiza para ofrecer una comodidad o satisfacer alguna necesidad de alguna persona. Su creación puede estar emparentada con algún producto físico, como no lo puede estar.

Profundizando en el tema servicios se considera que ostentan varias características: **Intangibilidad:** es un servicio que no se lo pueden ver, sentir ni oler antes de adquirirlo; **Inseparabilidad:** este servicio cuenta con un local para ser consumido puede ser una agencia de viajes, peluquería, etc.; **Variabilidad:** la calidad de los servicios acata de quienes los facilitan, cómo se proveen; **Carácter perecedero:** los servicios no se pueden acumular para su comercialización o manejo posterior; y **Ausencia de propiedad:** la clientela obtiene un derecho, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Los servicios se clasifican en los siguientes tipos: **servicios genéricos:** son los que se necesita con mucha frecuencia, como: alimentos, ropa, vivienda, descanso, limpieza, transporte, entrenamiento o asesoramiento; **servicios básicos:**

son pueden llamar servicios a domicilio, ejemplo al solicitar un servicio médico a domicilio; **servicios aumentados**: son servicios añadidos que se le ofrece al consumidor; **servicios globales**: son las ofertas vinculadas al servicios; y **servicios potenciales**: son las que se encuentran en el mercado.

Para concluir con el concepto de, calidad de servicio se destaca la importancia del consumidor, las personas que tienen sus necesidades y ansiedades, que siempre no tienen la sabiduría, pero perpetuamente tienen que estar en primer lugar en el enfoque del negocio).

Teniendo en cuenta estos conceptos ahora se puede concluir, la calidad de servicio, es cumplir las necesidades que tiene el usuario, además de recibir un servicio rápido.

Respuesta. Se comprende que es brindar: disposición, atender y dar un servicio rápido. Ya que los consumidores son exigentes a la hora solicitar algún servicio.

Seguridad. Los consumidores deben observar que el servicio que está adquiriendo carezca de riesgos, que no consten de dudas sobre los impuestos.

Empatía. Es asentarse en la realidad del cliente, en su terreno para estar al tanto de cómo se siente.

Tangibles. Son las infraestructuras físicas y el equipo de trabajo deben ser lo mejor posible, estar bien presentados, acorde a los patrimonios de cada organización y de su gente.

Para concluir es trascendental identificar las perspectivas de los usuarios en cuanto a la calidad de servicio, es difícil definir en asimilación a la calidad en los productos. La calidad de servicio persistentemente variará, dependiendo de las situaciones del inconveniente y de la interacción entre el empleado y el cliente.

La eficiencia de servicio en perspectiva de la empresa

La disposición de servicio juega un documento fundamental en aquellas estructuras que quieran establecer su visión y conseguir una visión examinada y continuada en el tiempo.

En situaciones que se observan en nuestra imaginación. Se comprenden las consecuencias que se anhelan lograr a largo plazo en la organización.

En la actualidad, se observan que la propiedad que auxilia a una organización se posicione en el largo plazo es el veredicto de los clientes sobre el servicio que adquieren.

De esta manera, se enfatiza que la organización debe satisfacer todas las necesidades y expectativas del cliente para obtener un dictamen positivo; a esto es lo que se denomina Calidad de Servicio.

Para complacer aquellas expectativas, que por otro punto son intrínsecas, es inevitable disponer de una investigación acorde al cliente, que sujete semblantes coherentes a sus necesidades y los caracteres que se establecen para valorar la calidad de un servicio.

Es sustancial recalcar que cuando en una organización plantea el punto de vista teniendo en cuenta la calidad del servicio que promete, debe, pensar que una prestación se considera de calidad cuando consigue su propósito: que es compensar las necesidades de los clientes, en el presente y en el futuro.

Cuando el cliente prefiere un servicio en el presente y lo encuentra placentero, de calidad, siempre volverá a adquirirlo a lo largo de su vida, la eficacia influye en la visión que se forma de la organización en el futuro, sobre todo en el área de servicios, donde lo que se entrega es un bien imperceptible, en resultado lo que interviene es la idea que los clientes y futuros clientes posean del servicio ofrecido y sea agradable.

Valoración

La definición de las consecuencias debe estar fundada en terminantes elementos: Que los objetivos trazados deben ser prudentes, que la investigación sea cierto que se descifre con elasticidad, principalmente con los aspectos alrededor que se acuerdan al trabajo de la empresa.

La proyección y el examen.-Junto con la organización y la dirección establecen cargos básicos del asunto dirigente, no pueden observar de modo autónoma entre una empresa. Cuando las funciones se desenrollan de modo vinculado entre la empresa principia a tener sentido.

Observando los cambios por la creación del sistema de control es posible proporcionar que las mismas involucran un alto valor de proyección. Si se entiende por proyectar el resolver qué ha de inventar y cómo controlar el afirmar

las decisiones se han encaminado a lograr objetivos planteados, planificación y control se perfeccionan, hasta el punto que no puede opinar uno sin otro.

La audacia de objetivos de la empresa, como periodo del asunto de control, solicita un costoso valor de planificación.

La proyección puede ser a largo, medio o corto plazo, diferenciar entre proyección importante, planificación presupuestaria y planificación activa.

Tipos de métodos de control. El control debe ser adecuado a cada compañía individual en función de los tipos de la misma y los mundos inseguros.

La sociedad, a fin de acomodar al ambiente y cumplir mejor sus objetivos de control, puede proteger desiguales ejemplos o métodos de control:

Registro familiar.- se suele desenvolver en pequeñas organizaciones en las que el horizonte de familiaridad y de trato entre los empleados y la direcciones alto, procedente de una noción de personas. El control de la empresa se basa fundamentalmente en el responsable de la familia, envuelve una inspección

continua de las técnicas. Puede ser más significativo la lealtad al líder que la profesionalización de los técnicos. La cultura agrupada está muy adaptada y marca los modelos de inspección.

Control administrativo.-Se da en compañías grandes y con niveles de mandato en la ocupación de decisiones, pero donde el equipo céntrico quiere conservar una inspección precisa de explícitas instrucciones.

Suele ser legal para trabajos rutinarios, fundamentalmente las incluidas en los manuales de táctica. Accede la comisión pero no la separación de los decretos. El peligro de este ejemplar control es que predominar la eficiencia de la labor en deterioro del resultado logrado.

Control por consecuencias.-Para que este tipo de inspección es obligatorio un alto nivel de concentración en las órdenes y que anticipadamente han sido determinados los objetivos con iluminación y se concrete claramente su cálculo. El riesgo es que predomine la consecuencia (fundamentalmente económica y financiera).

Inspección ad hoc.-Este tipo de control se ha apoyado en la inspección recta de las técnicas. Se utiliza como complemento del resto de los sistemas.

Generalmente en las empresas no se da un sistema de control puro coincidente con esta clasificación, sino que prevalece uno de los modos y se dan situaciones de control de los otros ejemplos. El control ad hoc es usual en las estructuras como perfección del método primordial de control. El riesgo de este ejemplo de inspección se puede predominar la percepción sobre los procesos.

2.1.2 Marco Referencial

Control de gestión

El control de gestión es el examen de la economía, efectividad y eficiencia de las entidades de la administración en ejercicio y protección de los recursos públicos realizado mediante la evaluación de los procesos administrativos la utilización de indicadores de rentabilidad pública y desempeño la identidad de la distribución del excedente que estas producen, así de los beneficios de su actividad.

Control de gestión, conjunto de técnicas que aplica la empresa para afirmar que las ocupaciones que se realizan están enfocadas a la obtención de sus objetivos. Estos objetivos están previamente determinados, en su mayoría por los socios, encarnados por su lección de régimen, (bienes expansión y seguridad) por el régimen actual, tanto en materia civil como bancario, público, profesional, la empresa abre su agilidad en el hoyo de una compañía a la que debe valer, tomando importantes trabajos benéficos.

Esta apariencia de la tarea de control no se define probar que los trabajos realizados o decisiones tomadas fueron correctas, parte de su obligación es intervenir y colocar la conducta de la estructura para alcanzar los objetivos sugeridos.

Taylor (1895) fue uno de los iniciadores del Control de Gestión industrial, el encuadró la contabilidad analítica, el cronometraje de los tiempos de mano de obra directa, los estándares, la asignación de los costos indirectos, la remuneración por rendimientos.

Brown (1907) instauró la fórmula de la rentabilidad del capital. Todavía se visualizan muchos ejemplos en empresas sobre el Control de Gestión, ya que gira en torno a la inspección de una eficiencia interna en la empresa, además se centra

en la atención de recursos que se ejecuta, en beneficio contiguo y en indagación financiera exterior.

En la mitad del siglo XX ocurrieron varios cambios importantes del entorno, en el que se pretérito de estable con reglas de juego fijas, a turbulento y competitivo. Estos cambios han liberado en empresas un gran número de cambios internos, tanto versátiles, como la disposición hacia el cliente, el avance tecnológico, la innovación, la dirección estratégica, las orientaciones de calidad, el índice de los recursos humanos en organización, la gestión de contenidos y otros. El éxito empresarial, exige una incesante adaptación de la empresa a su entorno y competitividad, se cristianiza en el criterio económico por la disponibilidad en orientar y evaluar el desempeño de la empresa.

La gestión es un conjunto de decretos con objetivos globales de una agrupación, según **Goldratt (1990)**, su teoría sobre gestión de las condiciones, precisando que el control es un fragmento del sistema de información que confiesa a una de las interrogantes gerenciales más indóciles.

Según **Huge Jordan (1995)**, Control de Gestión es una herramienta de la gestión que contribuye a la decisión y sus útiles de orientación, accediendo a los

directivos conseguir los objetivos planteados; es una situación descentralizada y coordinada para la proyección de objetivos, acompañado de un plan de acción y la verificación.

En 1990, surge el término *controlling* en Alemania, España y Estados Unidos. Da un salto atributivo y no está en la enunciación del control de gestión, enfatizando la literatura con este término: nuevas características presentan que el control de gestión, con el cambio radical que se está manipulando en varios modelos de perfeccionamiento empresarial.

Kupper (1992) es un medio de combinación de cuantiosas partes del sistema de management. **Pacher-Theinburg (1992)** recalca la importancia del controlling por la combinación descubierta entre las ocupaciones de programación y observación.

García Echevarría (1994) sobresale su espacio estratégico y global de la organización como su extensión específica en la ocupación que dirige. El controlling, como control de gestión, está orientado al futuro que al pasado y se fundamenta la empresa desde afuera, integrando el cliente y la competencia.

Si se extiende mencionando autores, se evidenciaría que la definición de Control de Gestión no es notable, varía con cada autor y con el lapso de los años, ya que el cambio es constante el entorno empresarial trasfiere a un perfeccionamiento en forma de especular y proceder, tanto en metodologías y herramientas empleadas para tutelar una organización.

Enmendando varias enunciaciones acerca del control de gestión se observa que:

- Todos los autores registran que los objetivos son la calidad superiora, ya que es el proceso de toma de disposiciones y está orientando a conseguir los objetivos manifiestos y luego son el modelo para valorar a la gestión, o sea es los resultados de la gestión que se aproxima a los objetivos anticipadamente establecidos. El control de gestión se corresponde con las acciones siguientes: enunciación de objetivos, afianzamiento de esquemas, bosquejos de acción, manejo de recursos, cálculo de resultados, observaciones de desviaciones, corrección del desempeño.

- Se diferencia entre el significado de gestión, control de gestión y la función de control, pero no se establece las mismas precisiones.

Algunos piensan que el control de gestión alcanza la época de conjetura como la época de control o comprobación adecuadamente dicha; otros lo observan más cercano al cumplimiento y comprobación, abarca el proceso de retribución de recursos, o la persecución de los trabajos y apreciación de la deducción.

- Se reflexiona que la gestión percibe todos los métodos puntualizados anteriormente que se organizan para abreviar y lograr la habilidad frecuente de la empresa, y por ende contiene al control de gestión como su herramienta para valorar si las disposiciones que se toma al determinar y manipular los recursos, se desvían o se aproximan a los objetivos. Además se medita que el control de gestión no se puede reducir a función de control, además percibe el periodo de organización, a la vez se determina por medio de métodos de perfeccionamiento que son los que conceden el desplazamiento de determinación al control de gestión.

Autores como Goldratt tienen esmero sobre el documento de la gestión y el CG como un puente entre los objetivos integrales y los objetivos concretos, mostrando la positiva de que muchos métodos de control de gestión (SCG) se duran en la control de los objetivos integrales de la compañía son incompetentes de evaluar si los desempeños locales van ayudando o no al alcance de los

objetivos integrales. Resulta contrastante que en todas las enunciaciones se afilia al CG con el conocimiento de evaluar, una de las indecisas no solucionadas en lo relativo a los SCG son los sistemas de información, que permanecen en la área o en lo general. Muchos CG son buenos para fijar tareas y recursos por departamentos, pero ineficaces para calcular si el trabajo preciso ayuda o no al trabajo de la organización.

La mayor parte de la bibliografía consultada identifica, explícita o implícitamente, al CG con el control económico solamente, basado en la ventaja de la uniformidad que ofrecen las justas bancarias.

Aquí se piensa que el CG debe brindar información parecida en la medida que escala en la pirámide de búsqueda para brindar información seguida sobre etapas o consecuencias pero cuando se avanza en sentido contrario, lo que se manipula es información sobre decisiones, algunas tan rectas y confusas como lo son las referentes a los procesos sobre los que actúan. En estas condiciones, la dudosa a resolver por el CG es servir de puente entre los resultados económicos y las decisiones que se toman sobre los métodos físicos de la empresa poniendo de visible sus relaciones simples.

En la mayor parte de las definiciones de gestión y control de gestión consultadas no se especifica quién es el dominado de dirección y cuando lo hacen se refieren a los managers o directivos indicar un enfoque tradicional del control de gestión donde el personal es considerado como un recurso más de la producción cuyo uso debe ser calculado al menor precio posible; los trabajadores no se ven formando parte efectivamente del sistema ni participan de forma activa en el proceso de toma de decisiones.

Sin embargo, solo a través de la contradicción de todo el personal, una empresa puede dar respuesta a las reclamaciones de resistencia y volumen de resistencia que le plantea hoy el cambio de ambiente. Pierden aptitud aquellas organizaciones que mantienen una repartición entre los que piensan y los que intervienen; se abren paso las organizaciones inteligentes (*learning organizations*) que se basan en el aprendizaje y la gestión del conocimiento, lo que equivale a que los recursos humanos se convierten en el primordial elemento diferenciador en el actual argumento.

Sólo algunos autores subrayan el CG dependiente a la planificación estratégica. Aspecto muy importante si de medios revoltosos se trata, puesto que la gestión solo llevará a resultados exitosos si antes se ha manifestado la meta y la estrategia para conseguir.

La consideración anterior conduce a otra muy importante y es que la gestión y el CG subordinados al planteamiento estratégico ofrecen una visión dinámica, de cambio en el diseño de los SCG, los cuales deben modificarse a la velocidad con que cambian las estrategias. A esto Lotino le llama *"el problema de la coherencia entre la estrategia y las reglas de gestión"*

Incidencia de la estrategia en el sistema de control

El sistema de control de gestión es un importante protagonista en la estrategia de la empresa. Es un apoyo a la formulación estratégica y al posterior control de la implantación de ésta. Permite visualizar mediante sus resultados si es que existe congruencia entre la dirección y los centros de actividad con los objetivos globales planteados. Para esto necesita de información precisa y de calidad. Sabemos que la información necesaria para la estrategia debe ser cualitativa como cuantitativa. Pero el sistema de control, por lo general, tendrá procesos asociados a la entrega de resultados numéricos, o sea variables cuantitativas. Los sistemas de control de gestión deben entregar la información que permita diagnosticar potenciales problemas en la estrategia y facilitar el análisis de decisiones alternativas y su selección.

Las entregas cuantitativas están asociadas por lo general a la información contable, pero las organizaciones no usan dicha información para la formulación estratégica, sino que prefieren información de carácter cualitativo para aspectos internos y externos. Esto porque la información contable presenta algunas deficiencias como su orientación al corto plazo; su análisis de la situación pasada por medio de las desviaciones que no permite tomar decisiones de largo plazo; los métodos para decidir sobre inversiones de capital son incompatibles con su control posterior, ya que existen diferencias en los criterios de valoración de estas; no entrega aspectos cualitativos; no considera el entorno competitivo; no considera costos alternativos y tiene asociados procesos demasiado rutinarios.

Para poder contrarrestar estas deficiencias y lograr que la información contable sea un aporte al proceso estratégico, el sistema de control de gestión debe ayudar separando la información requerida para la estrategia, la requerida en los proyectos de inversión, y la que corresponde a la explotación normal de la empresa; aplicar modelos de simulación para visualizar los impactos de los cambios en las políticas de precios, cambios de servicios, política I+D, calidad de las materias primas, entorno económico, etc.; presentando información financiera y no financiera, esta última cuantitativa y cualitativamente, considerando costos relevantes, análisis estratégicos de costos, etc.; y referenciarían respecto de los competidores y entorno; estimular la flexibilización de la información para cada tipo de decisión.

Al estudiar el término Control de Gestión, hay dos situaciones que llaman la atención; en primer lugar, la diversidad de criterios que existen para definirlo y por otra parte, que los aspectos que lo integran han estado determinados por las características y necesidades de la organización en cada momento de su desarrollo.

Es interesante conocer en primer lugar, el origen de las palabras que componen el término, porque de esa forma puede realizarse un estudio más preciso de las diferentes definiciones que pueden encontrarse.

Controlar en el sentido más general, es un término anglosajón, que significa, dominar o conducir en la dirección deseada, asociándose a los vocablos regular, dirigir y verificar.

El industrial francés Henri Fayol (1841-1925), pionero en el estudio de la administración, sitúa al Control en la quinta posición dentro de las funciones administrativas de la dirección, resaltando dos aspectos importantes.

En primer lugar plantea la necesidad de que previo a cualquier control se establezca un plan, contándose con una estructura informativa capaz de presentar datos seguros acerca de la marcha del negocio.

En el segundo aspecto hace referencia a la acción que hay que emprender según la información obtenida, para mantener el progreso del negocio hacia el resultado deseado y en el tiempo proyectado.

Fayol señaló además, que el Control “consiste en verificar si todo marcha de acuerdo con el plan adoptado, las instrucciones dadas y los principios establecidos. Tiene por objeto subrayar las debilidades y los errores para que puedan rectificarse y evitar que se repitan”.

En otras palabras señala, que el Control es la medición y la corrección de las actividades de los subordinados para asegurar que los hechos se ajusten a los planes, para lo cual se compara el desempeño con las metas y los planes, se muestran las desviaciones, emprendiéndose medidas para corregir las desviaciones negativas que aseguren el cumplimiento de los planes. Es una función administrativa esencial en todo nivel.

Por tanto, la función de Control surge como un requisito obligado para evaluar el resultado de las decisiones delegadas, así como la necesidad y conveniencia de cada una de las actividades que se desarrollan en la empresa.

Constituye también un importante mecanismo que contribuye a perfilar una cultura y un entorno de gestión caracterizados por estimular y aunar los esfuerzos individuales, dada la responsabilidad de los dirigentes de la empresa de imponer su autoridad y exigir responsabilidad al colectivo que integra la organización.

Es necesario señalar que entre las funciones de la administración; Planificación, Organización, Ejecución y Control, existe integración, dado que se desarrollan en una misma unidad económica, son ejecutadas por los mismos gestores y todas tienen como objetivo fundamental contribuir a la toma de decisiones para ser operativas.

Calidad de servicio.

Calidad de servicios algunas veces se refiere al nivel de calidad de servicios. Alta calidad de servicio a menudo es confundida con alto nivel de rendimiento o la calidad de servicio alcanzada, por ejemplo altas tasas de bit, baja latencia y baja probabilidad de error.

Calidad de servicios es algunas veces usada como medidor de calidad, con muchas definiciones alternativas, en lugar de refiriéndose a la habilidad de reservar recursos. Calidad de servicios algunas veces se refiere al nivel de calidad de servicios.

La Alta calidad de servicio a menudo es confundida con alto nivel de rendimiento o la calidad de servicio alcanzada.

2.1.2.1 Antecedentes de la Investigación.

Rodríguez, M. (2004). En su trabajo de investigación titulado: Calidad en el Servicio de Atención al Cliente, concluye que:

“Se puede consumir este trabajo, mencionando algo nada espectacular en qué todos sabemos que la calidad en el servicio a los clientes es indispensable y es necesario medirla, ya que lo que no se puede medir, no se puede controlar, también es imprescindible recalcar que la calidad si bien no es fácil obtenerla tampoco es difícil, y que ciertamente el no tenerla es pérdida cuantiosa de dinero, y obviamente esto va en contra de los objetivos de cualquier organización”.

Se concluye este trabajo realizando algunas indagaciones sobre el procedimiento de aplicación manipulada en la valoración del servicio al cliente, que están bien elaborados, pero podrían tener áreas de mejora.

Moya (2004) en su trabajo de investigación titulado: “Modelo de Servicio de Atención al Cliente con Apoyo Tecnológico” de la Universidad de Chile, concluye:

“En la actualidad con los cambios vertiginosos que día a día se viven, la gran competitividad y la globalización de los mercados, las exigencias de los clientes por mejores productos y servicios van en constante aumento lo que junto con el crecimiento de las empresas, hace que esta relación casi familiar de la empresa-cliente se haya perdido o se haga cada vez más difícil o utópica”.

Lo notable, es que la atención de la empresa debe estar enfocada en el cliente, en como compensarlo. El asentamiento de esta investigación es ceder pautas, para que de acuerdo a las características de la empresa, pueda evaluar su situación y de esta manera pueda entregar una atención al cliente de la calidad.

Las empresas deben mantenerse en perspectiva para poder realizar un trabajo que se ajuste a nivel de la competencia, más aún si se trata de una empresa que ofrece servicios, el cual su trato es más sofisticado y se requiere estar acorde con los conocimientos informáticos, implementando lugares de atención con excelencia en tecnologías, ya que se considera una ventaja para mejorar la atención al cliente.

Fernández, A. (2000) en su trabajo: “Calidad en las empresas de Servicios” elaborado en el Instituto del Fomento Regional de Asturias, comenta que *“toda la empresa está o debería dedicarse al servicio del cliente, convirtiendo este concepto en sinónimo de la calidad total, pero en realidad el consumidor de nuestros productos o servicios no puede apreciar, ni por otra parte le interesa, lo que ocurre en el interior de nuestro establecimiento. Podemos tener unos procesos de producción impecables y fallar en entrega de los artículos o viceversa”*.

En realidad el cliente sólo puede juzgarnos en el momento en que toma contacto con algo de nuestra empresa. Solamente este momento le interesa y justamente estas situaciones son las que vamos a incluir en el amplio concepto

de “servicio al cliente”: cuando se produce un contacto físico de la empresa con el comprador. (Fernández, 2000)

2.1.3 Postura Teórica

Pacher-Theinburg (2011) señala la importancia del con trolling por la unión alcanzada entre ocupaciones de planificación y control.

García Echevarría (2010) sobresale tanto su duración necesaria y global de la compañía como su duración fijada en el puesto que se destina. El con trolling, como el control de gestión, encaminado hacia el futuro que al pasado se ve esencialmente a la compañía a partir de sí misma, formada con el usuario y la competición.

Los escritores reconocen que los objetivos son aptitud prioritaria, la causa de toma de disposiciones está encaminado a alcanzar objetivos claros y luego estos son el modelo para calcular a la tarea, la calidad en que las consecuencias de gestión se aproximan a los objetivos antes establecidos. El control de gestión depende de las actividades siguientes: fórmula de objetivos, unión de patrones, esquemas de trabajo (hipótesis), manejo de patrimonios, medida de secuelas (control), investigación de desvíos, mejora de desempeño. El Control de Gestión

es un paso que se utiliza para enviar la tarea hacia los objetivos de la estructura y una herramienta para valorar. Su enunciación ha avanzado en la ley que cambia el tipo de trabajo institucional ante os requerimientos del medio.

“Calidad en las empresas de Servicios”. Asturias. Instituto del Fomento Regional
Comenta: Que “toda la empresa está o debería dedicarse al servicio del cliente, convirtiendo este concepto en sinónimo de la calidad total, pero en realidad el consumidor de nuestros productos o servicios no puede apreciar, ni por otra parte le interesa, lo que ocurre en el interior de nuestro establecimiento.

Podemos tener unos procesos de producción impecables y fallar en entrega de los artículos o viceversa. En realidad el cliente sólo puede juzgarnos en el momento en que toma contacto con algo de nuestra empresa. Solamente este momento le interesa y justamente estas situaciones son las que vamos a incluir en el amplio concepto de “servicio al cliente”: cuando se produce un contacto físico de la empresa con el comprador” (Fernández, 2000)

2.2 HIPÓTESIS

2.2.1 Hipótesis General o Básica

Analizando la incidencia del control de gestión mejorara la calidad de servicio que recibe el cliente del dispensario campesino del Recinto la Ángela parroquia Pimocha Provincia los Ríos.

2.2.2 Sub-hipótesis o Derivadas

- Conociendo la estrategia de servicio que brinda al dispensario campesino facilitará la calidad de servicio del usuario.
- La calidad de servicio brindada en el dispensario campesino del Recinto la Ángela requiere atención inmediata ya que no es la adecuada.
- Los factores que inciden en la calidad de servicio en el Dispensario Campesino está relacionados principalmente con la gestión interna de la institución.

2.3.3 Variables

Variable Independiente.

Control de gestión.

Variable dependiente.

Calidad de servicio.

CAPÍTULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 Pruebas estadística del Chi Cuadrado

Aplicación del Chi cuadrado.

$$\chi^2 = \sum \frac{(Fo - Fe)^2}{Fe}$$

χ^2 = Chi-cuadrado.

\sum = Sumatoria.

Fo = Frecuencia observada.

Fe = Frecuencia esperada.

Fo - Fe = Frecuencias observadas - Frecuencias esperadas.

$(Fo - Fe)^2$ = Resultado de las frecuencias observadas y esperadas al cuadrado.

$(Fo - Fe)^2/Fe$ = Resultado de las frecuencias observadas y esperadas al cuadrado dividido para las frecuencias esperadas.

Prueba chi cuadrado.

FRECUENCIAS OBSERVADAS			TOTAL
CATEGORIA	PREGUNTA 5 Empleados	PREGUNTA 5 Usuarios	
Mucho	7	1	8
Bastante	1	8	9
Poco	1	90	91
Nada	1	1	2
TOTAL	10	100	110
	0,09	0,91	1,00
FRECUENCIA ESPERADAS			TOTAL
CATEGORIA	PREGUNTA	PREGUNTA	
Mucho	0,73	7,27	8
Bastante	0,82	8,18	9
Poco	8,27	82,73	91
Nada	0,18	1,82	2
TOTAL	10,00	100,00	110
FRECUENCIAS OBSERVADAS			TOTAL
CATEGORIA	PREGUNTA	PREGUNTA	
Mucho	54,10	5,41	
Bastante	0,04	0,00	
Poco	6,39	0,64	Chi
Nada	3,68	0,37	Cuadrado
TOTAL	64,22	6,42	70,64

Nivel de significación y regla de decisión

Grado de libertad.- Para aplicar el grado de libertad, utilizamos la siguiente fórmula.

$$GL = (f - 1) (c - 1)$$

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

$$GL = (3) (1)$$

$$GL = 3$$

Grado de significación

$\alpha = 0,05$ que corresponde al 95% de confiabilidad, valor de chi cuadrada teórica encontrado es de 7.8147

La chi cuadrada calculada es 70,64 valor significativamente mayor que el de la chi cuadrada teórica, por lo que la hipótesis de trabajo es aceptada.

Se concluye entonces en base a la hipótesis planteada que el control de la gestión incide positivamente en la satisfacción de los usuarios del dispensario campesino del Recinto la Ángela.

3.1.2 Análisis e interpretación de datos

Resultados encuesta a usuarios

5. ¿El coordinador del dispensario se muestra pendiente que se cumpla con la atención al usuario?

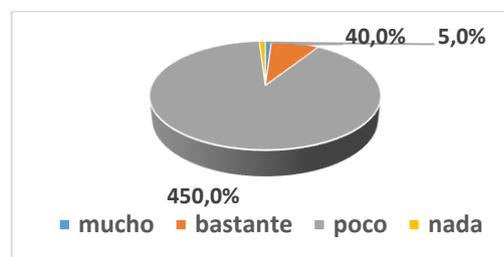
Tabla 5: Coordinador pendiente del cumplimiento de la atención

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	1	5,0%
bastante	8	40,0%
poco	90	450,0%
nada	1	5,0%
Total	100	500,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico5: Coordinador pendiente del cumplimiento de la atención



Análisis: El 90% de los usuarios encuestados indicaron que están poco satisfechos con la atención al usuario, el 5% mucho, el 40% bastante y el 5% nada.

Interpretación: Esto comprueba que no todos se sienten satisfechos de cómo se da la atención al usuario en el dispensario campesino del recinto la Ángela.

Resultados encuesta a empleados.

5.- ¿usted aplica técnicas de control con el propósito de mejorar la calidad de servicio?

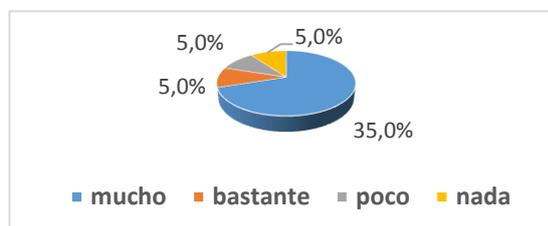
Tabla 5: Aplicación de técnicas para mejorar la calidad de servicio

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	7	35,0%
bastante	1	5,0%
poco	1	5,0%
nada	1	5,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora.

Gráfico 5: Aplicación de técnicas para mejorar la calidad de servicio



Análisis: el 35 % si aplica muchas técnicas de control para mejorar la calidad de servicio, 5% bastante, 5% poco, 5% nada.

Interpretación: esto demuestra que si aplicaríamos técnicas de control si se mejoraría la calidad de servicio para sentirnos todos satisfechos dentro del campesino del recinto la Ángela parroquia PIMOCHA provincia los Ríos .

3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.2.1 Especificas

- Los factores que inciden en la actual calidad del servicio del dispensario son el desconocimiento de estrategias o técnicas de atención, el escaso control, la no asignación de responsabilidades, entre otros.
- De acuerdo al levantamiento de información en campo y la profunda revisión bibliográfica, se puede evidenciar que el diseño y aplicación de indicadores de control incidiría positivamente en la atención al usuario del dispensario.
- La mayoría explica que no son escuchados atentamente al momento de llegar al dispensario.

3.2.2 General

- Se determinó que los empleados del dispensario campesino del recinto la Ángela no conocen estrategias de servicio por este motivo no hay una buena atención a los usuarios.

3.3 RECOMENDACIONES.

3.3.1 Especificas.

- Es importante establecer indicadores reales, medibles y alcanzables, por área y actividad, asignando responsables directos
- Al personal del dispensario campesino es necesario socializarle los controles o indicadores de cada área y actividad, de tal manera de que conozcan exactamente lo que la institución espera de ellos.
- Los encargados del dispensario campesino deberían promover o seleccionar a las personas adecuadas para que ellas promuevan la calidad de servicio.

- También debemos otorgar a un encargado en especial para solucionar las pequeñas fallas en el sitio de trabajo.
- Se recomienda al personal de trabajo del dispensario trabajar en equipo para que observen el esfuerzo realizado y cumplir con una buena atención a los clientes.
- Todos los integrantes del dispensario campesino deberían incluir programas de capacitación de habilidad de cómo atender a los clientes.
- Se recomienda que debe existir comunicación y respeto al paciente u médico.
- También debe haber motivación en el cuerpo médico y por tanto la calidad de atención mejorara.
- Más que mejorar el mobiliario del centro de salud se recomienda ampliarlo para ofrecer a los pacientes más comodidad.
- Que capaciten a las enfermeras de manera adecuada para que tenga un trato más cortés.

3.3.2 General

- El coordinador debería planificar un programa de capacitación, formación de todo el personal para otorgar asesoramiento sobre las estrategias para poder cumplirlas de manera oportuna, eficiente, eficaz.

CAPITULO IV

PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN.

4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADO.

Programas de capacitación sobre estrategias de calidad de servicio al usuario en los dispensarios campesinos.

4.1.1 Alternativa Obtenida.

A continuación de haber hecho la investigación debemos crear una propuesta para mejorar la calidad de servicio en el dispensario campesino para que los usuarios de dicha institución obtengan implementar talleres y estrategias para mejorar la calidad de servicio en el dispensario campesino y obtener una buena satisfacción de los usuarios.

4.1.2 Alcance de la alternativa.

Dicha propuesta tiene como objetivos diseñar talleres y estrategias para la mejora del servicio de atención al cliente en el dispensario campesino. Ya que diseñando talleres y estrategias de calidad de servicio se pueda brindar un mejor servicio y buena atención dentro de la institución establecida.

4.1.3 Aspectos básicos de la alternativa.

Realizar esta propuesta que servirá de gran ayuda para el mejoramiento de la calidad de servicio y la satisfacción a los clientes del dispensario campesino del recinto la Ángela.

Vamos a desarrollar diferentes talleres de capacitación de calidad con técnicas y estrategias empleando normas y principios de atención al cliente y servicio, así mismo proveeremos talleres de capacitación.

4.1.3.1 Antecedentes

W. Edwards Deming

Plantea entre otras cosas que la calidad está orientada a las necesidades de los clientes, que se encuentran en continuo cambio, por lo que es necesario realizar el trabajo según el ciclo de mejora.

Joseph M. Juran.

Juran hace una contribución excepcional en el área del sistema operacional y una contribución fuerte al área de mejoramiento de la calidad. En sentido general, los aspectos positivos de su enfoque son: la calidad está orientada a satisfacer las necesidades de los clientes. Para lograr el liderazgo en la calidad se debe adoptar un nuevo estilo de dirección denominado Trilogía de la Calidad.

Kaoru Ishikawa.

Ishikawa refiere que calidad es: calidad del producto, calidad del proceso y calidad del trabajo.

Armand V. Feigenbaum.

Realiza una contribución excepcional en el área de la planeación estratégica, considerándose como aspectos positivos de su enfoque: 1) se debe medir el nivel de satisfacción del cliente; 2) desarrollar el liderazgo de los recursos humanos, basados en la participación de todos en la mejora, a través de los equipos de mejora, y en el compromiso por mantener un nivel estable en la calidad de vida del trabajo; concepto de productividad enfocado hacia la calidad y la comercialización; 4) desarrollo de actividades que

involucren a los proveedores en la mejora; 5) reconocimiento a los colectivos y personas que logren resultados; 6) medición de la mejora a través de los costos.

Genichi Taguchi.

Este japonés radicado en los Estados Unidos es hoy quien marca las nuevas pautas de la calidad en el mundo. Taguchi ayuda a no olvidar lo básico en calidad. Lo primero que llama la atención en él es su definición de la calidad, como la pérdida económica total que origina el producto a la sociedad. En este concepto, se asocia la calidad a una pérdida social, medida a través de la función de pérdidas.

4.1.3.2 Justificación

La actual propuesta es importante para todos los clientes y empleados porque son de suma importancia para dicha institución ya que se pretende satisfacer las necesidades de los clientes y se consigue mejorar la calidad con fidelidad y reconocimiento.

Encontrarse con algunas inquietudes de algunos de los clientes es tan importante para la atención de buena calidad, la calidad depende de su interacción con el personal como el tiempo de espera, el buen trato, sobre todo que obtenga el servicio que encamina en las instituciones públicas como privadas existe un paulatina logro por valorar la calidad de atención de la salud para mejorarla.

En el dispensario campesino del recinto La Ángela se procura alcanzar beneficios de servicio de salud que no solo cubrirían modelos sino enfocarían necesidades tales como respeto, información. De tal forma que los servicios de calidad de salud pasa a formar una exigencia que se desarrollará paso a paso.

La satisfacción del usuario o cliente es uno de los resultados más importantes de facilitar bienes de buena calidad dado que interviene de manera precisa en su proceder.

4.2.2 Objetivos

4.2.2.1 General

Diseñar un programa de capacitación sobre estrategias de servicio de calidad para mejorar la calidad de servicio en el dispensario campesino del recinto la Ángela parroquia pimocha provincia Los Ríos.

4.2.2.2 Específicos

- Determinar estrategias de atención al cliente dentro del dispensario
- Reducir los tiempos de espera y mejorar la eficiencia en la calidad de servicio en el dispensario.
- Establecer programas para mejorar la calidad de servicio al cliente en el dispensario.

4.3.3 Estructura general de la propuesta

Para el desarrollo de la propuesta se ha procedido a elaborar talleres para mejorar la calidad de servicio en el dispensario campesino del recinto la Ángela.

Actividad 1 Estrategia de calidad de servicio

Para que el servicio sea excelente se requiere delegar adecuadamente al empleado que tiene contacto directo con el cliente, darle toda la información que deba manejar en su cargo y proporcionarle estrategias de servicio que garanticen la fidelidad de la persona que llega a la empresa. Estrategias para mejorar su servicio de atención al cliente. El cliente por encima de todo: Es la razón de ser de nuestro servicio. No hay nada imposible cuando se quiere: A pesar de que muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo, inteligencia y deseos de atenderlo adecuadamente, se puede lograr lo que él desea.

ESTRATEGIAS PARA UNA ATENCIÓN DE CALIDAD

Ningún proceso de Servicio/Atención al cliente será apropiado si no está enmarcado en una clara vocación de servicio, una serie de principios estructurados en valores morales y un adecuado trabajo en equipo. Es una desagradable experiencia estar del lado del mostrador en que recibimos un trato descortés, irónico, plagado de incomprensión y repleto de vulgaridad. Es cuando el empleado encargado de “atender” el requerimiento, de escuchar la solicitud o de recibir la queja se distrae conversando por teléfono, y observa con displicencia o

con el ceño fruncido al cliente. Pareciera que además de la barrera física que implica el mostrador, el escritorio o la ventanilla de cristal, también existiera una barrera psicológica que implica que el cliente es un enemigo, es un molesto trámite o implica ocupar el sagrado tiempo de un empleado determinado.

El cliente interno motivado y preparado es vital para que toda política de servicio alcance el éxito. La participación de cada área en el proceso hasta llegar al contacto directo con el cliente externo debe ser conducida con la misma maestría con la que un director de orquesta dirige a sus músicos para deleitar a la audiencia con una sinfonía de Mozart. Para esto debe contarse con claras directrices y con una formación constante que permita a cada empleado estar presto a resolver cualquier dificultad que se presente durante el desarrollo diario de las actividades inherentes al negocio.

En algo coinciden todos los métodos, cursos y libros escritos con la finalidad de lograr un servicio de excelencia y es en la aplicación de algunas estrategias básicas que pueden ser complementadas con una buena dosis de creatividad por parte de los prestadores de servicio al cliente externo. Se presentan a continuación algunas recomendaciones pero con la salvedad de que no son fórmulas mágicas y que deben ir acompañadas de muchas otras estrategias en las áreas de producción, finanzas y recursos humanos de la empresa para que se logre un claro enfoque

general que permita el éxito y el rendimiento apropiado en el corto, mediano y largo plazo.

Antes de detallar los enfoques y las ideas para crear una cultura organizativa basada en la calidad del servicio es importante resaltar las siguientes cifras, citadas por Collins (2006) que, de acuerdo a diversas investigaciones, se presentan al momento de recibir una atención inapropiada en cualquier fase del ciclo del servicio:

1. El 96% de los clientes que han recibido una atención no acorde con sus expectativas nunca se quejan, sencillamente nunca vuelven.
2. Los clientes satisfechos transmiten su experiencia positiva al menos a tres personas de su círculo íntimo, los insatisfechos transmiten su mala experiencia a nueve o más personas pues las experiencias negativas siempre son motivo de conversación.
3. Cuesta mucho más dinero lograr un buen cliente, debido a los gastos en publicidad, promoción, ofertas, llamadas telefónicas; que

mantener contentos y agradecidos a los clientes en proceso de fidelización o claramente fieles a la organización.

4. Aun cuando un cliente consuma el mínimo de nuestro bien o servicio, a la larga y basándose en su fidelidad siempre será muy rentable el contar con su preferencia.

5. Si un cliente recibe adecuada atención a sus quejas existe la posibilidad entre un 50% y un 95% de que regrese, esto de acuerdo a la rapidez y eficiencia con la que se maneje la situación de inconformidad.

6. También es importante mencionar que si un cliente se siente insatisfecho por un bien físico adquirido de nuestra organización, si la atención fue adecuada, se mantendrá su fidelidad condicionada a una mejora en el producto ofrecido.

Se define calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su

apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos.

Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

Profundizando en el tema servicios se observa que poseen las siguientes características: **Intangibilidad:** los servicios no se pueden ver, sentir ni oler antes de comprarlos; **Inseparabilidad:** la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros; **Variabilidad:** la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan; **Carácter perecedero:** los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posterior; y **Ausencia de propiedad:** los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Se puede clasificar a los servicios en los siguientes tipos: **servicios genéricos**: son los que la mayoría de los consumidores necesitan, como ser: alimentos, ropa y la vivienda, descanso, limpieza, transporte, entrenamiento o asesoramiento; **servicios básicos**: servicios mínimos que buscan los consumidores, un ejemplo puede ser cuando una persona solicita el servicio médico a domicilio; **servicios aumentados**: son servicios adicionales que se le da al consumidor; **servicios globales**: se le llama a la oferta conjunta de servicios; y **servicios potenciales**: son los que los consumidores imaginan que podrán encontrar dentro del mercado.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio).

Tomando en cuenta estos tres conceptos ahora sí se pueden definir la calidad de servicio que consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

Componentes de la calidad en el servicio.

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.

Actividad2 actividades

Especialistas en la calidad de servicio.

ESTRATEGIAS PARA UNA ATENCIÓN DE CALIDAD

Ningún proceso de Servicio/Atención al cliente será apropiado si no está enmarcado en una clara vocación de servicio, una serie de principios estructurados en valores morales y un adecuado trabajo en equipo. Es una desagradable experiencia estar del lado del mostrador en que recibimos un trato descortés, irónico, plagado de incomprensión y repleto de vulgaridad.

Es cuando el empleado encargado de “atender” el requerimiento, de escuchar la solicitud o de recibir la queja se distrae conversando por teléfono, y observa con displicencia o con el ceño fruncido al cliente. Pareciera que además de la barrera física que implica el mostrador, el escritorio o la ventanilla de cristal, también

existiera una barrera psicológica que implica que el cliente es un enemigo, es un molesto trámite o implica ocupar el sagrado tiempo de un empleado determinado.

El cliente interno motivado y preparado es vital para que toda política de servicio alcance el éxito. La participación de cada área en el proceso hasta llegar al contacto directo con el cliente externo debe ser conducida con la misma maestría con la que un director de orquesta dirige a sus músicos para deleitar a la audiencia con una sinfonía de Mozart. Para esto debe contarse con claras directrices y con una formación constante que permita a cada empleado estar presto a resolver cualquier dificultad que se presente durante el desarrollo diario de las actividades inherentes al negocio.

En algo coinciden todos los métodos, cursos y libros escritos con la finalidad de lograr un servicio de excelencia y es en la aplicación de algunas estrategias básicas que pueden ser complementadas con una buena dosis de creatividad por parte de los prestadores de servicio al cliente externo. Se presentan a continuación algunas recomendaciones pero con la salvedad de que no son fórmulas mágicas y que deben ir acompañadas de muchas otras estrategias en las áreas de producción, finanzas y recursos humanos de la empresa para que se logre un claro enfoque general que permita el éxito y el rendimiento apropiado en el corto, mediano y largo plazo.

Antes de detallar los enfoques y las ideas para crear una cultura organizativa basada en la calidad del servicio es importante resaltar las siguientes cifras, citadas por Collins (2006) que, de acuerdo a diversas investigaciones, se presentan al momento de recibir una atención inapropiada en cualquier fase del ciclo del servicio:

1. El 96% de los clientes que han recibido una atención no acorde con sus expectativas nunca se quejan, sencillamente nunca vuelven.
2. Los clientes satisfechos transmiten su experiencia positiva al menos a tres personas de su círculo íntimo, los insatisfechos transmiten su mala experiencia a nueve o más personas pues las experiencias negativas siempre son motivo de conversación.
3. Cuesta mucho más dinero lograr un buen cliente, debido a los gastos en publicidad, promoción, ofertas, llamadas telefónicas; que mantener contentos y agradecidos a los clientes en proceso de fidelización o claramente fieles a la organización.

4. Aun cuando un cliente consuma el mínimo de nuestro bien o servicio, a la larga y basándose en su fidelidad siempre será muy rentable el contar con su preferencia.

5. Si un cliente recibe adecuada atención a sus quejas existe la posibilidad entre un 50% y un 95% de que regrese, esto de acuerdo a la rapidez y eficiencia con la que se maneje la situación de inconformidad.

6. También es importante mencionar que si un cliente se siente insatisfecho por un bien físico adquirido de nuestra organización, si la atención fue adecuada, se mantendrá su fidelidad condicionada a una mejora en el producto ofrecido.

Se define calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos.

Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

Profundizando en el tema servicios se observa que poseen las siguientes características: **Intangibilidad:** los servicios no se pueden ver, sentir ni oler antes de comprarlos; **Inseparabilidad:** la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros; **Variabilidad:** la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan; **Carácter perecedero:** los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posterior; y **Ausencia de propiedad:** los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Se puede clasificar a los servicios en los siguientes tipos: **servicios genéricos:** son los que la mayoría de los consumidores necesitan, como ser: alimentos, ropa y la vivienda, descanso, limpieza, transporte, entrenamiento o asesoramiento; **servicios básicos:** servicios mínimos que buscan los

consumidores, un ejemplo puede ser cuando una persona solicita el servicio médico a domicilio; **servicios aumentados**: son servicios adicionales que se le da al consumidor; **servicios globales**: se le llama a la oferta conjunta de servicios; y **servicios potenciales**: son los que los consumidores imaginan que podrán encontrar dentro del mercado.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio).

Tomando en cuenta estos tres conceptos ahora sí se pueden definir la calidad de servicio que consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

Componentes de la calidad en el servicio.

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

Cesibilidad. 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.

Actividad3 Motivación a los clientes

El principal anotador de motivación es realmente ayudar al cliente con lo que enseñamos. Si puedes ofrecer apoyo con lo comprendido que causas al

cliente, entonces ya tienes tu camino resuelto. La honestidad y la integridad giran un papel muy importante.

ESTRATEGIAS PARA UNA ATENCIÓN DE CALIDAD

Ningún proceso de Servicio/Atención al cliente será apropiado si no está enmarcado en una clara vocación de servicio, una serie de principios estructurados en valores morales y un adecuado trabajo en equipo. Es una desagradable experiencia estar del lado del mostrador en que recibimos un trato descortés, irónico, plagado de incomprensión y repleto de vulgaridad.

Es cuando el empleado encargado de “atender” el requerimiento, de escuchar la solicitud o de recibir la queja se distrae conversando por teléfono, y observa con displicencia o con el ceño fruncido al cliente. Pareciera que además de la barrera física que implica el mostrador, el escritorio o la ventanilla de cristal, también existiera una barrera psicológica que implica que el cliente es un enemigo, es un molesto trámite o implica ocupar el sagrado tiempo de un empleado determinado.

El cliente interno motivado y preparado es vital para que toda política de servicio alcance el éxito. La participación de cada área en el proceso hasta llegar al contacto directo con el cliente externo debe ser conducida con la misma maestría con la que un director de orquesta dirige a sus músicos para deleitar a la audiencia con una sinfonía de Mozart. Para esto debe contarse con claras directrices y con una formación constante que permita a cada empleado estar presto a resolver cualquier dificultad que se presente durante el desarrollo diario de las actividades inherentes al negocio.

En algo coinciden todos los métodos, cursos y libros escritos con la finalidad de lograr un servicio de excelencia y es en la aplicación de algunas estrategias básicas que pueden ser complementadas con una buena dosis de creatividad por parte de los prestadores de servicio al cliente externo. Se presentan a continuación algunas recomendaciones pero con la salvedad de que no son fórmulas mágicas y que deben ir acompañadas de muchas otras estrategias en las áreas de producción, finanzas y recursos humanos de la empresa para que se logre un claro enfoque general que permita el éxito y el rendimiento apropiado en el corto, mediano y largo plazo.

Antes de detallar los enfoques y las ideas para crear una cultura organizativa basada en la calidad del servicio es importante resaltar las siguientes cifras, citadas por Collins (2006) que, de acuerdo a diversas investigaciones, se presentan al momento de recibir una atención inapropiada en cualquier fase del ciclo del servicio:

1. El 96% de los clientes que han recibido una atención no acorde con sus expectativas nunca se quejan, sencillamente nunca vuelven.
2. Los clientes satisfechos transmiten su experiencia positiva al menos a tres personas de su círculo íntimo, los insatisfechos transmiten su mala experiencia a nueve o más personas pues las experiencias negativas siempre son motivo de conversación.
3. Cuesta mucho más dinero lograr un buen cliente, debido a los gastos en publicidad, promoción, ofertas, llamadas telefónicas; que mantener contentos y agradecidos a los clientes en proceso de fidelización o claramente fieles a la organización.
4. Aun cuando un cliente consuma el mínimo de nuestro bien o servicio, a la larga y basándose en su fidelidad siempre será muy rentable el contar con su preferencia.
5. Si un cliente recibe adecuada atención a sus quejas existe la posibilidad entre un 50% y un 95% de que regrese, esto de acuerdo a la rapidez y eficiencia con la que se maneje la situación de inconformidad.

6. También es importante mencionar que si un cliente se siente insatisfecho por un bien físico adquirido de nuestra organización, si la atención fue adecuada, se mantendrá su fidelidad condicionada a una mejora en el producto ofrecido.

Se define calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos. Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

Profundizando en el tema servicios se observa que poseen las siguientes características: **Intangibilidad:** los servicios no se pueden ver, sentir ni oler antes de comprarlos; **Inseparabilidad:** la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros; **Variabilidad:** la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan; **Carácter perecedero:** los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización

posterior; y **Ausencia de propiedad**: los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Se puede clasificar a los servicios en los siguientes tipos: **servicios genéricos**: son los que la mayoría de los consumidores necesitan, como ser: alimentos, ropa y la vivienda, descanso, limpieza, transporte, entrenamiento o asesoramiento; **servicios básicos**: servicios mínimos que buscan los consumidores, un ejemplo puede ser cuando una persona solicita el servicio médico a domicilio; **servicios aumentados**: son servicios adicionales que se le da al consumidor; **servicios globales**: se le llama a la oferta conjunta de servicios; y **servicios potenciales**: son los que los consumidores imaginan que podrán encontrar dentro del mercado. Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio).

Tomando en cuenta estos tres conceptos ahora sí se pueden definir la calidad de servicio que consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

Componentes de la calidad en el servicio.

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.

Actividad 4 Métodos y técnicas para la satisfacción de los clientes

La propósito del servicio es ayudar al cliente a conseguir sus objetivos que los propios esto tendría pedir a juntar en la necesidades de los clientes y a madurar que quizás esperen más del servicio, hay que examinar sobre sus necesidades y si las estamos cumpliendo hay que escucharles y saber hacer preguntas para obtener información sobre lo que quieren.

ESTRATEGIAS PARA UNA ATENCIÓN DE CALIDAD

Ningún proceso de Servicio/Atención al cliente será apropiado si no está enmarcado en una clara vocación de servicio, una serie de principios estructurados en valores morales y un adecuado trabajo en equipo. Es una desagradable experiencia estar del lado del mostrador en que recibimos un trato descortés, irónico, plagado de incomprensión y repleto de vulgaridad. Es cuando el empleado encargado de “atender” el requerimiento, de escuchar la solicitud o de recibir la queja se distrae conversando por teléfono, y observa con displicencia o con el ceño fruncido al cliente. Pareciera que además de la barrera física que implica el mostrador, el escritorio o la ventanilla de cristal, también existiera una

barrera psicológica que implica que el cliente es un enemigo, es un molesto trámite o implica ocupar el sagrado tiempo de un empleado determinado.

El cliente interno motivado y preparado es vital para que toda política de servicio alcance el éxito. La participación de cada área en el proceso hasta llegar al contacto directo con el cliente externo debe ser conducida con la misma maestría con la que un director de orquesta dirige a sus músicos para deleitar a la audiencia con una sinfonía de Mozart. Para esto debe contarse con claras directrices y con una formación constante que permita a cada empleado estar presto a resolver cualquier dificultad que se presente durante el desarrollo diario de las actividades inherentes al negocio.

En algo coinciden todos los métodos, cursos y libros escritos con la finalidad de lograr un servicio de excelencia y es en la aplicación de algunas estrategias básicas que pueden ser complementadas con una buena dosis de creatividad por parte de los prestadores de servicio al cliente externo. Se presentan a continuación algunas recomendaciones pero con la salvedad de que no son fórmulas mágicas y que deben ir acompañadas de muchas otras estrategias en las áreas de producción, finanzas y recursos humanos de la empresa para que se logre un claro enfoque general que permita el éxito y el rendimiento apropiado en el corto, mediano y largo plazo.

Antes de detallar los enfoques y las ideas para crear una cultura organizativa basada en la calidad del servicio es importante resaltar las siguientes cifras, citadas por Collins (2006) que, de acuerdo a diversas investigaciones, se presentan al momento de recibir una atención inapropiada en cualquier fase del ciclo del servicio:

1. El 96% de los clientes que han recibido una atención no acorde con sus expectativas nunca se quejan, sencillamente nunca vuelven.

2. Los clientes satisfechos transmiten su experiencia positiva al menos a tres personas de su círculo íntimo, los insatisfechos transmiten su mala experiencia a nueve o más personas pues las experiencias negativas siempre son motivo de conversación.

3. Cuesta mucho más dinero lograr un buen cliente, debido a los gastos en publicidad, promoción, ofertas, llamadas telefónicas; que mantener contentos y agradecidos a los clientes en proceso de fidelización o claramente fieles a la organización.

4. Aun cuando un cliente consuma el mínimo de nuestro bien o servicio, a la larga y basándose en su fidelidad siempre será muy rentable el contar con su preferencia.

5. Si un cliente recibe adecuada atención a sus quejas existe la posibilidad entre un 50% y un 95% de que regrese, esto de acuerdo a la rapidez y eficiencia con la que se maneje la situación de inconformidad.

6. También es importante mencionar que si un cliente se siente insatisfecho por un bien físico adquirido de nuestra organización, si la atención fue adecuada, se mantendrá su fidelidad condicionada a una mejora en el producto ofrecido.

Se define calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos.

Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico. Profundizando en el tema servicios se observa que poseen las siguientes características: **Intangibilidad:** los servicios no se pueden ver, sentir ni oler antes de comprarlos; **Inseparabilidad:** la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje,

un corte de cabello, entre otros; **Variabilidad:** la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan; **Carácter perecedero:** los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posterior; y **Ausencia de propiedad:** los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Se puede clasificar a los servicios en los siguientes tipos: **servicios genéricos:** son los que la mayoría de los consumidores necesitan, como ser: alimentos, ropa y la vivienda, descanso, limpieza, transporte, entrenamiento o asesoramiento; **servicios básicos:** servicios mínimos que buscan los consumidores, un ejemplo puede ser cuando una persona solicita el servicio médico a domicilio; **servicios aumentados:** son servicios adicionales que se le da al consumidor; **servicios globales:** se le llama a la oferta conjunta de servicios; y **servicios potenciales:** son los que los consumidores imaginan que podrán encontrar dentro del mercado.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio). Tomando en cuenta estos tres conceptos ahora sí se pueden definir la calidad de servicio que consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

Componentes de la calidad en el servicio.

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.

4.3.3.1 Título

Programas de capacitación sobre estrategias de calidad de servicio al usuario.

4.3.3.2 Componentes

Actividad 1 Estrategia de calidad de servicio

Buscar estrategias que mejoren la calidad de servicio.

1. Alinee sus procesos con los sistemas de presión
2. Sitúe la calidad entre las principales precedencias de su agenda
3. Realice técnicas de apoyo a la mejora de la calidad de la organización
4. Certifique clara responsabilidad y experiencia de los aparatos en todos los servicios en la institución
6. Efectúe sistemas de encuesta orientados a las trayectorias

7. Produzca evaluaciones regulares y suministre

Los administradores del hospital, directores o coordinadores de calidad y los profesionales pueden utilizar esta herramienta para reflexionar sobre la estrategia del progreso de la calidad de su organización, para nivelar acciones específicas destinadas a reparar y emplear en todas las unidades del hospital. Las agencias de compra de servicios pueden manejar esta herramienta para requerir a los proveedores sanitarios temas críticos sobre su forma de renovar la calidad y la seguridad.

Actividad 2 Talleres

El objetivo principal del taller es facilitar a los espectadores un método para un modelo centrado.

Materiales.

Ordenador con proyector y conexión a internet, paleógrafos y rotuladores de punta gruesa. Caso inverso, se ruega poder acomodar de hojas de papel para los participantes).

DEL TALLER Día 1 Bienvenida, objetivos y expectativas...

Actividad 3 Motivación a los clientes

Analizar la forma de lograr la motivación permanente y el incremento de la calidad de servicio del empleado, que permitirán alcanzar la eficacia del servicio de atención al cliente.

Actividad 4 Métodos y técnicas para la satisfacción de los clientes

Alcanzar el grado de satisfacción y la importancia respectiva que los clientes le otorgan a cada uno de los adjetivos que componen su sistema de satisfacción.

4.4 RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA

La propuesta de usar nuevas técnicas de calidad de servicio nos ayudará a modernizar el servicio para la atención al cliente ya que un empleado capacitado, y motivado con conocimiento esta técnica podrá hacer un cliente orgulloso que resguardarán todas las perspectivas que exigen los clientes, así el dispensario campesino del recinto la Ángela puedan ofrecer una buena imagen dicha institución.

BIBLIOGRAFÍA.

Lizardo, J. (2010) *Tesis de indicadores de gestión*. Editorial. País. Ciudad.

Maldonado, E. (2011) *Auditoria de gestión*. Editorial. Ecuador. Quito.

Asesory, G. *La calidad de servicio*.

Abadí, (2010) *La calidad de servicio en la visión de la empresa*

Alvares, (2012) *Elementos de la calidad de servicios*.

Salgado, E (2006) *desempeño individual en las organizaciones*.

Rodríguez, (2010) *La actualidad de la calidad de servicios*.

Palomo, M (2013) *Liderazgo y motivación en equipo de trabajo*.

Klein (2011) *La estrategia acertada*

Lahey, 2 (2011) *Objetivos del desempeño laboral de una entidad*.

Jackson, 2 (2011) *Nuevas estrategias para atención al usuario en general*.

Hernández, 2 (2010) *Definición de lo que es la calidad de servicio tomando
varios puntos de vista*.

Crosby, (2010) *Que es calidad de servicio a nivel general*.

Banesco, (2010) *Calidad de servicio de otro punto de vista*.

ALBRECHT, Karl. Y LAWRENCE J Bradford (1998). “La excelencia en el servicio”

Editorial Mc Graw - Hill

CABRERA, Liliana 2008 , “Planeación, Estrategias y Táctica

HEREDIA, José (2001) “Sistema de indicadores para la mejora y el control k

HURTADO, Federico 2005 , “Gestión y Auditoria de la Calidad para las organizaciones”

MALDONADO, Milton 2001 , “Auditoria de Gestión” Quito- Ecuador

FRANKLIN, Enrique Auditoria Administrativa, Gestión Estratégica del Cambio, Editorial Pearson Educación, 2 ed., México, 2007.

MALDONADO, Milton, Auditoría de Gestión, Editora Luz de América, 3 ed., Quito, 2006.

OÑA, Alfonso Auditoria de Gestión II, ESPOCH-EICA, Riobamba, 2010.

MALDONADO, Milton 2001 , “Auditoria de Gestión” Quito- Ecuador

Cerda, Omar, Apuntes del ramo

ANEXOS.

Anexo 1.- Operacionalización de la Variables

TEMA

Incidencia del control de gestión en la calidad de servicio que recibe el cliente del Dispensario Campesino del Recinto la Ángela parroquia Pimocha provincia Los Ríos

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Dependiente: Calidad de servicio	Algunas veces se refiere al nivel de calidad de servicios usada como medidor de calidad, algunas veces se refiere al nivel de calidad de servicios.	Calidad de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Características • Componentes del servicio de calidad • Planificación de calidad • Análisis de las causas de problemas de calidad. • Clientes 	Encuestas Entrevistas
Independiente: Control de gestión	Es un proceso que sirve para guiar la gestión empresarial hacia los objetivos de la organización y un instrumento para evaluarla.	Gestión empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de control • Estrategia empresarial • Tipos de sistema de control. 	Encuestas Entrevista

Resultados encuesta a usuarios

1. ¿Se siente satisfecho de la atención brindada?

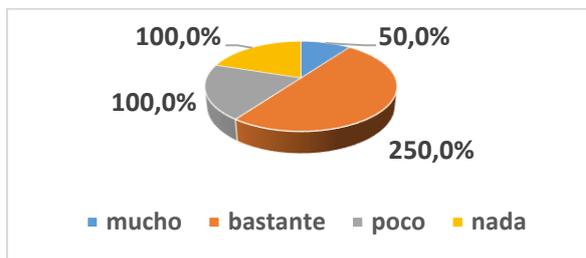
Tabla 1: Satisfacción con la atención brindada

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	10	50,0%
bastante	10	50,0%
Poco	25	125,0%
Nada	65	325,0%
Total	110	550,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 1: Satisfacción con la atención brindada



Análisis: Al consultar a los encuestados acerca de si están satisfechos con la atención brindada, el 15% indicó que si, el 75% manifestó que no y el 10% quizás.

Interpretación: Esto permite evidenciar que la mayoría de usuarios se sienten insatisfechos con la atención que reciben en el Dispensario Campesino.

2. ¿Cómo percibe usted el control y la calidad de servicio por parte del coordinador dentro de la institución?

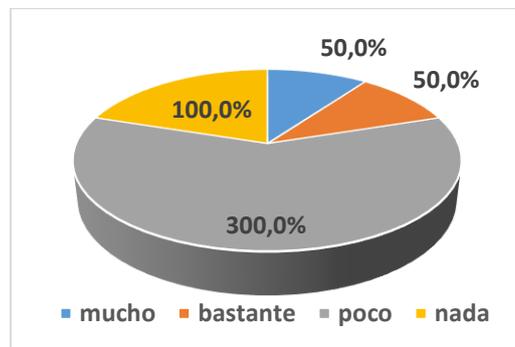
Tabla 2: Control por parte del coordinador

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	10	50,0%
bastante	10	50,0%
poco	70	350,0%
nada	10	50,0%
Total	100	500,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 2: Control por parte delo coordinador



Análisis: De las personas encuestadas acerca del control dentro de la institución por parte del coordinador, el 20% manifestaron que es excelente, el 30% bueno y el 50% regular.

Interpretación: Estos resultados permiten manifestar que los usuarios se sienten insatisfechos del control de la institución por parte del coordinador.

3. ¿Considera usted que existen los recursos necesarios en la institución para atender a los usuarios?

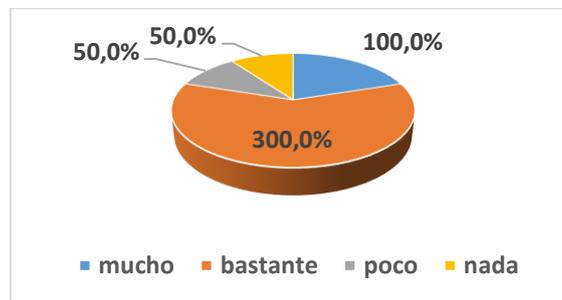
Tabla 3: Recursos necesarios en la institución

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	10	50,0%
bastante	10	50,0%
poco	10	50,0%
nada	60	300,0%
Total	90	450,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 3: Recursos necesarios en la institución



Análisis: Las personas encuestadas indicaron en un 40% que si existen los recursos necesarios en la institución, mientras que un 60% indicó que no.

Interpretación: Esto permite demostrar que no hay los recursos suficientes dentro de la institución para brindar una adecuada atención a los usuarios.

4. ¿Considera usted que los empleados desarrollan adecuadamente su trabajo?

Tabla 4: Desarrollo

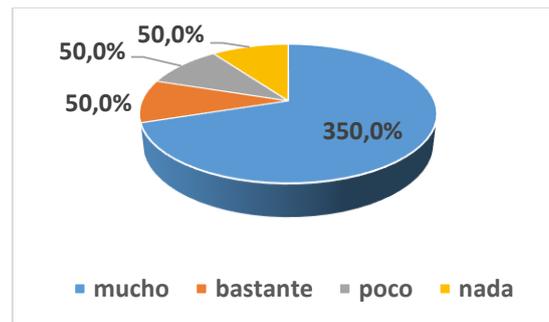
adecuado del trabajo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	10	50,0%
bastante	5	25,0%
poco	5	25,0%
nada	80	400,0%
Total	100	500,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 4: Desarrollo adecuado del trabajo



Análisis: Al encuestar a los usuarios acerca del desarrollo adecuado del trabajo de los empleados, el 10% indicó que siempre es adecuado, el 5% que casi siempre, el 5% manifestó que alguna vez, y el 80% indicó que nunca.

Interpretación: Esto muestra que no hay adecuado desenvolvimiento en el trabajo de parte de los empleados dentro de la institución.

5. ¿El coordinador del dispensario se muestra pendiente que se cumpla con la atención al usuario?

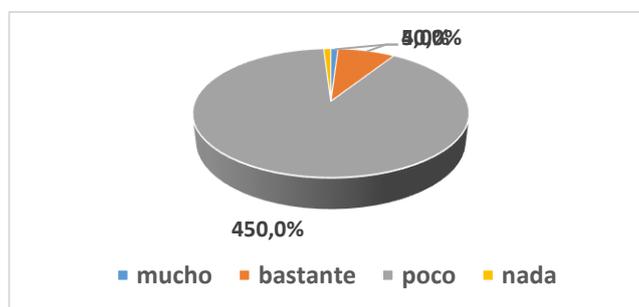
Tabla 5: Coordinador pendiente del cumplimiento de la atención

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	1	5,0%
bastante	8	40,0%
poco	90	450,0%
nada	1	5,0%
Total	100	500,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 5: Coordinador pendiente del cumplimiento de la atención



Análisis: En la encuesta realizada a los usuarios del dispensario respecto a si el Coordinador está pendiente de la atención, el 1% indicó que siempre, el 8% casi siempre, el 90% algunas veces, y el 1% nunca.

Interpretación: Esto demuestra que para la mayoría de los usuarios el Coordinador solo algunas veces está pendiente de los objetivos, lo cual puede afectar en su cumplimiento

6. ¿Los empleados respetan el turno acordado de cada usuario?

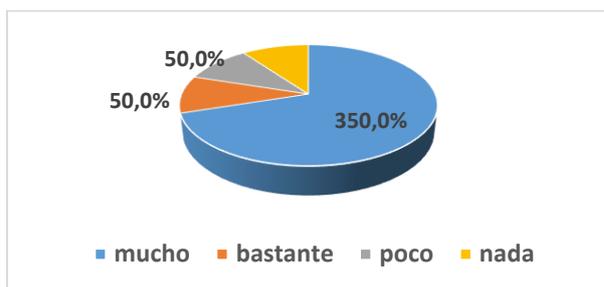
Tabla 6: Respeto al turno del usuario

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	10	50,0%
bastante	1	5,0%
poco	4	20,0%
nada	85	425,0%
Total	100	500,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 6: Respeto al turno del usuario



Análisis: Al consultar a los usuarios acerca del respeto de los empleados al orden de los turnos, el 10% indicó que si, el 85% que no, el 1% tal vez, y el 4% que no sabe.

Interpretación: Esto demuestra que los empleados no respetan los turnos acordados de cada usuario lo cual causa inconformidad en los mismos.

7. ¿Los empleados son eficientes en su lugar de trabajo?

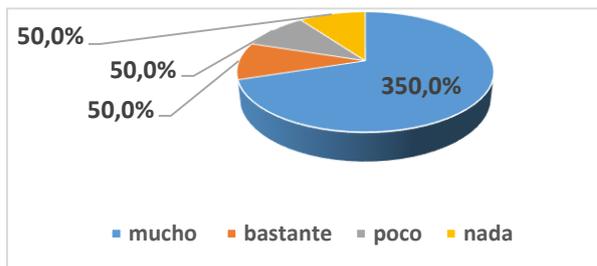
Tabla 4: Eficiencia de empleados en su lugar de trabajo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	5	25,0%
bastante	10	50,0%
poco	10	50,0%
nada	75	375,0%
Total	100	500,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 7: Eficiencia de empleados en su lugar de trabajo



Análisis: Las personas encuestadas acerca de la eficiencia de los empleados en su lugar de trabajo en el dispensario respondieron, con el 5% si, 75% no, 10% tal vez, 10% no responde.

Interpretación: Esto afirma que en general no hay eficiencia por parte de los empleados en su lugar de trabajo.

8. ¿Los empleados cumplen el control de gestión y la calidad de servicio con responsabilidad

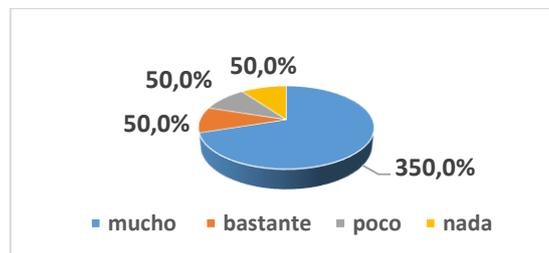
Tabla 5: Cumplimiento con responsabilidad

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	14	70,0%
bastante	10	50,0%
poco	20	100,0%
nada	56	280,0%
Total	100	500,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 8: Cumplimiento de la hora de trabajo



Análisis: Las respuestas de la encuesta evidenciaron que los usuarios consideran en un 20% que los empleados si cumplen con su hora de trabajo, el 56% que no lo hacen, el 10% tal vez, 14% no saben.

Interpretación: Esto prueba que los empleados no cumplen con las horas de trabajo establecidas dentro de la institución.

9. ¿Cree usted que los empleados fomentan trabajo en equipo?

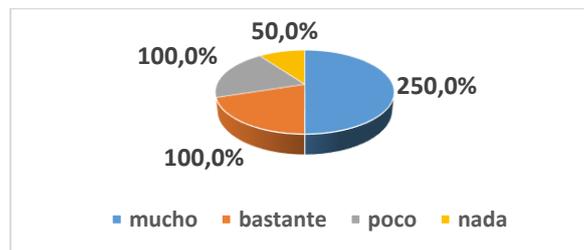
Tabla 9: Fomento del trabajo en equipo

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	4	20,0%
bastante	11	55,0%
poco	20	100,0%
nada	65	325,0%
Total	100	500,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 9: Fomento del trabajo en equipo



Análisis: El 11% de los usuarios respondieron que si se fomenta el trabajo en equipo, el 20% manifestó que con frecuencia, el 4% casi nunca, y el 65% nunca.

Interpretación: Estos resultados demuestran que en general se considera que no se fomenta el trabajo en equipo dentro de la institución.

10. ¿Considera usted que el control de gestión incidiría positivamente en el nivel de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios?

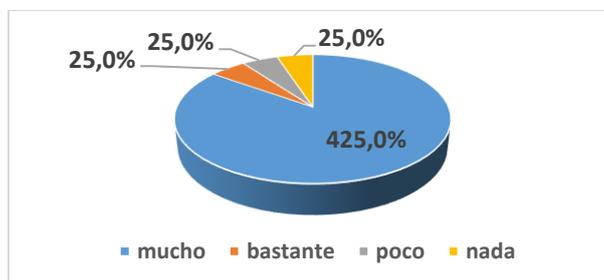
Tabla 10: Satisfacción de pertenecer al dispensario

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	5	25,0%
bastante	4	20,0%
poco	90	450,0%
nada	1	5,0%
Total	100	500,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 10: Satisfacción de pertenecer al dispensario



Análisis: El 90% de los usuarios encuestados indicaron que están poco satisfechos con pertenecer al dispensario, el 5% satisfecho, el 4% satisfecho y el 1% insatisfecho.

Interpretación: Esto comprueba que no todos se sienten satisfechos de pertenecer al dispensario.

Resultados encuesta a empleados

1¿Cómo calificaría el control de nivel de satisfacción de los usuarios con la calidad de servicio por usted brindado?

Tabla 6: Nivel de satisfacción de los usuarios con la atención

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	6	30,0%
bastante	2	10,0%
poco	1	5,0%
nada	1	5,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 11: Nivel de satisfacción de los usuarios con la atención



Análisis: El 50% de los empleados afirman que si tendrían un nivel de satisfacción ,20%indico tendría nivel bueno, 30% regular.

Interpretación: esto demuestra que si habría un nivel de satisfacción brindado por los empleados trabajando en equipo para satisfacer las necesidades delos usuarios.

2. ¿Se han establecido indicadores de control y calidad de servicios para sus actividades?

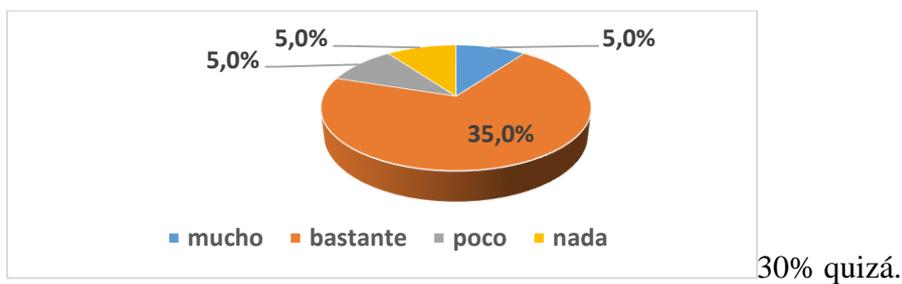
Tabla 7: Establecimiento de indicadores de control para las actividades

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	2	10,0%
bastante	2	10,0%
poco	5	25,0%
nada	1	5,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 12: Establecimiento de indicadores de control para las actividades



Interpretación: esto demuestra que no se han establecido indicadores de control

3.- ¿Cree usted conveniente la aplicación de indicadores de control en su puesto de trabajo de calidad de servicios al usuario?

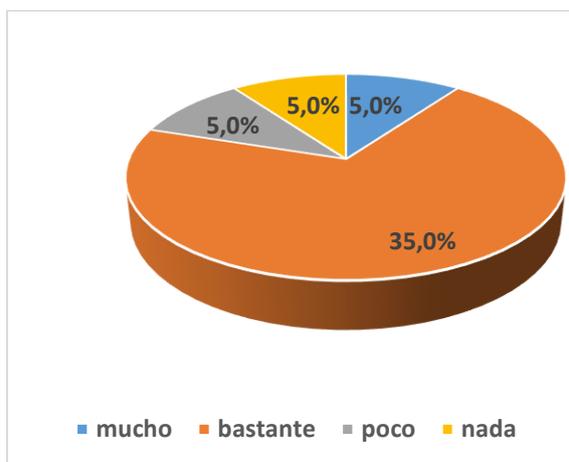
Tabla 8: Conveniencia de aplicación de indicadores de control

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	1	5,0%
bastante	7	35,0%
poco	1	5,0%
nada	1	5,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 13: Conveniencia de aplicación de indicadores de control



Análisis: el 60% demuestra que si se han aplicado indicadores de control en su puesto de trabajo, el 30% no, 10% quizá.

Interpretación: se demuestra que si se han aplicado indicadores de control en su puesto de trabajo pero no las ponen en práctica.

4.-¿Considera usted que el control de gestión incidiría positivamente en la satisfacción de calidad de servicio en los usuarios?

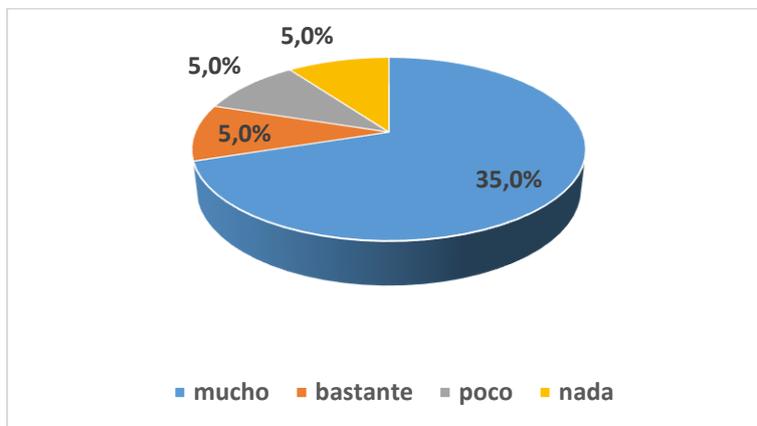
Tabla 9: Incidencia del control de gestión en la satisfacción de los usuarios.

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	7	35,0%
bastante	1	5,0%
poco	1	5,0%
nada	1	5,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 14: Incidencia del control de gestión en la satisfacción de los usuarios



Análisis: el 80% indica que incidiría mucho satisfactoriamente con los usuarios ,10% bastante, 10% poco.

Interpretación: señala que incidiría mucho el control de gestión en la satisfacción de los empleados.

5.- ¿usted aplica técnicas de control con el propósito de mejorar la calidad de servicio?

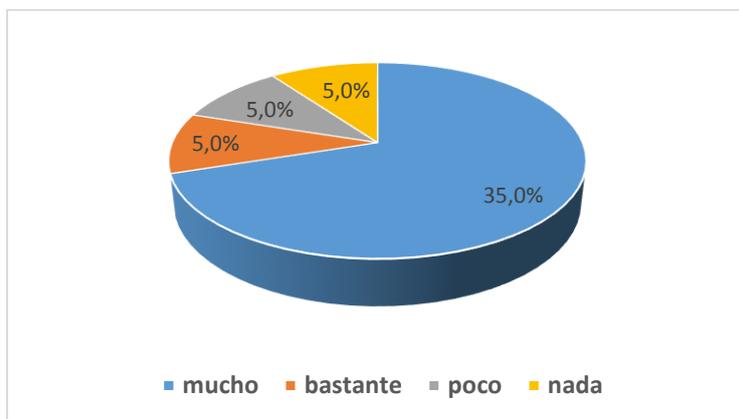
Tabla 5: técnicas para mejorar la calidad de servicio.

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	7	35,0%
bastante	1	5,0%
poco	1	5,0%
nada	1	5,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 5: técnicas para mejorar la calidad de servicio.



Análisis: el 90 % si aplica técnicas de control para mejorar la calidad de servicio, 5%no, 5%quizá.

Interpretación: esto demuestra que si aplicaríamos técnicas de control si se mejoraría la calidad de servicio para sentirnos todos satisfechos.

6. ¿considera usted que el control de gestión influye en la calidad de servicio a los usuarios?

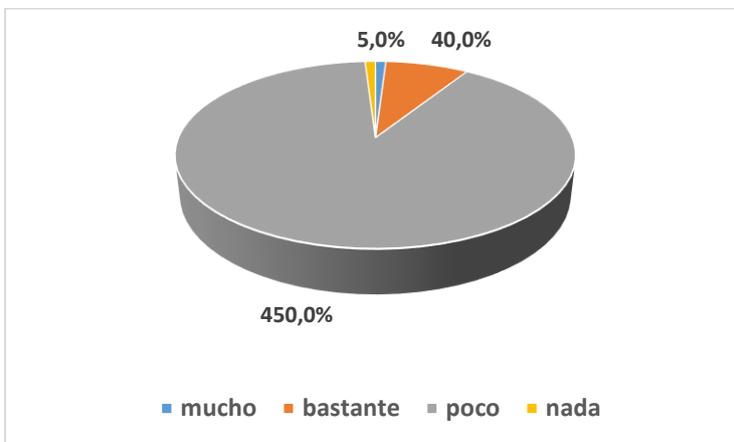
Tabla 6: calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios.

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	7	35,0%
bastante	1	5,0%
poco	1	5,0%
nada	1	5,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 6: calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios.



Análisis: el 80% indica que si hay calidad de servicio, 10% no, 10% quizá.

Interpretación: aclara que si habría calidad de servicio que influyen en la satisfacción de los usuarios.

7. ¿considera importante el control de gestión para mejorar la calidad de servicio y mantener satisfechos a los usuarios?

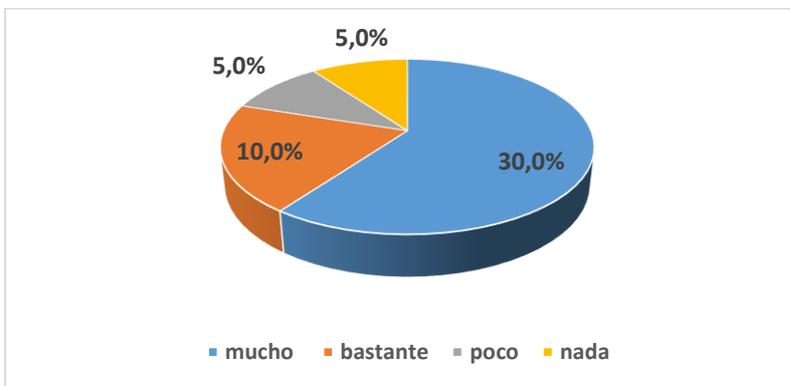
Tabla 7: importancia del control para mejorar la satisfacción.

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	6	30,0%
bastante	2	10,0%
poco	1	5,0%
nada	1	5,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 7: importancia del control para mejorar la satisfacción.



Análisis: el 75% revela que si es importante el control de gestión para mejorar la satisfacción, el 15% no, 10 quizá.

Interpretación: demuestra que si sería importante el control de gestión para mejorar la satisfacción.

8¿piensa usted que el control y la calidad de servicio desempeña un rol importante en la satisfacción?

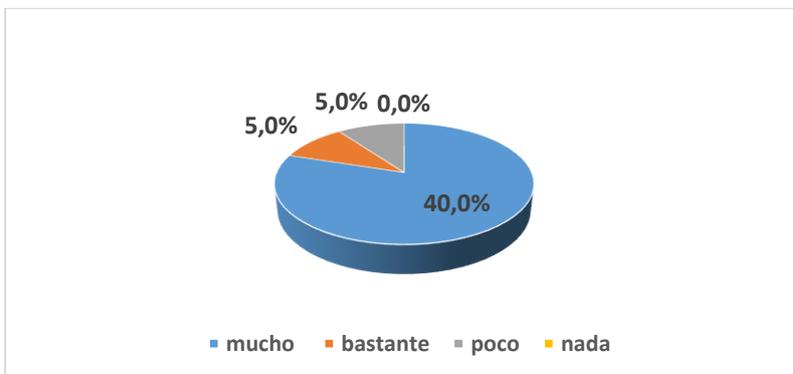
Tabla 8: desempeño de rol en la satisfacción.

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	8	40,0%
bastante	1	5,0%
poco	1	5,0%
nada	0	0,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 8: desempeño de rol en la satisfacción.



Análisis: el 90% mucho indica que el control y la calidad de servicio son un rol importante, el 5% bastante, 5% poco.

Interpretación: demuestra que tanto el control y la calidad de servicio desempeñan un papel importante.

9 ¿cree usted que es importante el control y la calidad de servicio para los empleados?

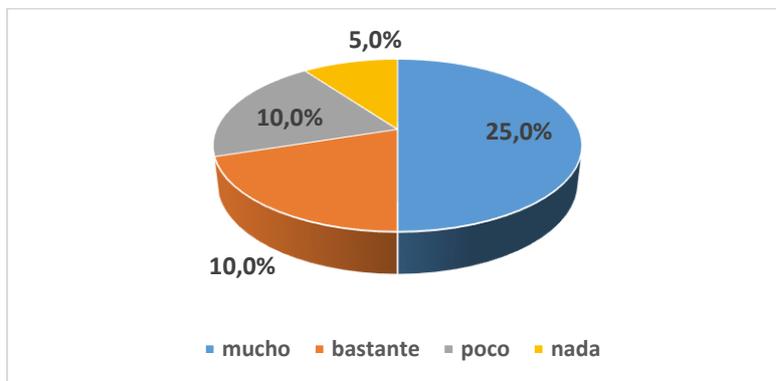
Tabla 9: importancia y participación de los usuarios.

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	5	25,0%
bastante	2	10,0%
poco	2	10,0%
nada	1	5,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 9: importancia y participación de los usuarios.



Análisis: el 75% si dicen que son importantes, 5% no, 20% quizá.

Interpretación: indica que muy importantes la importancia y participación de los usuarios.

10¿considera usted que el control desempeña un rol significativo en la calidad de servicio para los usuarios?

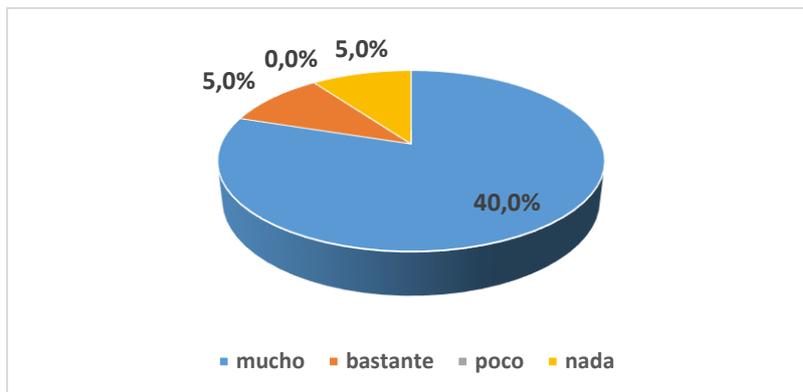
Tabla 10: desempeño de rol para los usuarios.

Categoría	Cantidad	Porcentaje
mucho	8	40,0%
bastante	1	5,0%
poco	0	0,0%
nada	1	5,0%
Total	10	50,0%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Leydi Mora

Gráfico 10: desempeño de rol para los usuarios.



Análisis: el 90% mucho consideran que es un rol significativo para los clientes, 5% bastante, 5% poco.

Interpretación: se cree que el rol es un papel muy importante y significativo para todos los empleados.

MATRIZ DE INTERRELACIÓN.
INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Estudiante: Mora Tomalá Leydi Elizabeth.

Carrera: Administración Ejecutiva

TEMA	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES
Incidencia del control de gestión en la calidad de servicio que recibe el cliente del dispensario campesino del recinto la Ángela parroquia Pimocha provincia de los Ríos.	¿De qué manera incide el control de gestión en la calidad de servicio que recibe el cliente del dispensario campesino del recinto la Ángela?	Analizar la incidencia del control de gestión en la calidad de servicio que recibe el cliente del dispensario campesino del recinto la Ángela parroquia Pimocha provincia de los Ríos.	Analizando la incidencia del control de gestión mejorara la calidad de servicio que recibe el cliente del dispensario campesino del recinto la Ángela parroquia Pimocha provincia de los Ríos	Independiente Control de gestión
	SUB-PROBLEMAS	OBJETIVO ESPECIFICO	SUB-HIPÓTESIS	
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué estrategia de servicio de calidad brinda el dispensario campesino para mejorar la calidad de servicio? • ¿Cuáles son los factores que inciden en la calidad de servicio en el dispensario para optimizar la calidad de servicio? • ¿Cómo la calidad de servicio beneficia al dispensario campesino para satisfacer las expectativas brindadas para los usuarios? 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las estrategias de servicio que brinda el dispensario campesino para facilitar la calidad de servicio. • Determinar los factores que inciden en la calidad de servicio que brinda el dispensario campesino. • Diseñar un programa de capacitación sobre estrategias de servicio de calidad para mejorar la calidad de servicio en el dispensario campesino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conociendo la estargias de servicio que brinda el dispensario campesino facilitará la calidad de servicio del usuario. • La calidad de servicio brindada en el dispensario campesino del recinto la Ángela requiere atención inmediata ya que no es la adecuada. • Los factores que inciden en la calidad de servicio en el dispensario campesino está relacionada principalmente con la gestión interna de la institución. 	

MATRIZ HABILITANTE PARA LA SUSTENTACIÓN

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Estudiante: Mora Tomalá Leydi Elizabeth

Carrera: Administración Ejecutiva

Tema: Incidencia del control de gestión en la calidad de servicio que recibe el cliente del dispensario campesino del recinto la Ángela, parroquia Pimocha, Provincia Los Ríos.

HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES DE LA HIPÓTESIS	INDICADORES DE LAS VARIABLES	PREGUNTAS RELACIONADAS CON EL INDICADOR	CONCLUSIÓN GENERAL
Analizando la incidencia del control de gestión mejorara la calidad de servicio que recibe el cliente del dispensario campesino del recinto la Ángela parroquia Pimocha provincia delos Ríos.	VARIABLE INDEPENDIENTE Control de gestión.	<ul style="list-style-type: none"> • Registro familiar • Control administrativo • Control por consecuencia • Inspección 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo percibe usted el control y la calidad de servicio por parte del coordinador dentro de la institución? • ¿se siente satisfecho de la atención brindada? • ¿considera usted que existen los recursos necesarios en la institución para atender a los usuarios? • ¿considera usted que los empleados desarrollan bien su trabajo? • ¿el coordinador del dispensario se muestra pendiente que se cumpla con la atención del usuario?. 	Se determinó que los empleados del dispensario campesino del recinto la Ángela no conocen estrategias de servicios por este motivo no hay una buena atención a los usuarios.
	VARIABLE DEPENDIENTE Calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Variabilidad • Seguridad • Empatía • Tangibles • Eficiencia de servicio • Valoración • Tipos de métodos 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo calificaría el control de nivel de satisfacción de los usuarios con la calidad de servicio por usted brindado? • ¿se han establecido indicadores de control y calidad de servicio para sus actividades? • ¿cree usted conveniente la aplicación de indicadores de control en su puesto de trabajo de calidad de servicio al usuario? • ¿considera usted que el control de gestión incidirá positivamente en la satisfacción de calidad de servicios en los usuarios? • ¿usted aplica técnicas de control con el propósito de mejorar la calidad de servicio? 	

PROPUESTA: Guía didáctica de inteligencia lógica matemática fortalecerá el proceso de enseñanza aprendizaje en las operaciones básicas.

RESULTADO DE LA DEFENSA: _____

ESTUDIANTE

DIRECTOR DE LA ESCUELA O SUBDECANO

COORDINADORA DE LA CARRERA

DOCENTE ESPECIALISTA

Población y Muestra de Investigación

La presente investigación se desarrolla en el dispensario campesino del recinto la Ángela cuenta con una población de 100 usuarios y 10 empleados que forman el dispensario campesino del recinto la Ángela

FORMULA GENERAL	DEFINICIÓN	DATOS
N	Muestra	?
N	Tamaño del universo	100 personas
Z	Valor de la curva normal a la confianza	1.96 = (95%)
P	Probabilidad de éxito o aprobación	0.50 = 50%
Q	Probabilidad de fracaso	0.50 = 50%
E	Margen de error Aplicación de la fórmula	0.05 = 5%

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

n = 100 personas a encuestar.

G