



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE POSGRADO

MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS, MBA

Tesis previa la obtención del Grado
Académico de Magister en
Administración de Empresas,

TEMA:

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN
LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA FUNDACIÓN QUEVEDO ES
MI CIUDAD DEL CANTÓN QUEVEDO 2012. IMPLEMENTACIÓN
DEL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN.**

AUTOR:

ING. JUAN CARLOS CANO INTRIAGO

DIRECTOR:

EC. ROGER YELA BURGOS M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2013



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE POSGRADO

MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS, MBA

Tesis previa la obtención del Grado
Académico de Magister en
Administración de Empresas, MBA.

TEMA:

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN
LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA FUNDACIÓN QUEVEDO ES
MI CIUDAD DEL CANTÓN QUEVEDO 2012. IMPLEMENTACIÓN
DEL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN.**

AUTOR:

ING. JUAN CARLOS CANO INTRIAGO

DIRECTOR:

EC. ROGER YELA BURGOS M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

Econ. Roger Tomás Yela Burgos, M.Sc., en calidad de Director de tesis, previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas.

CERTIFICA:

Que el **Ing. Juan Carlos Cano Intriago**, autor de la tesis titulada. **“GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA FUNDACIÓN QUEVEDO ES MI CIUDAD DEL CANTÓN QUEVEDO 2012. IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN”**. Ha sido revisada en todos sus componentes, la misma que está apta para la presentación y sustentación pública, por lo que se autoriza su presentación formal ante el tribunal respectivo.

Quevedo, 1 de abril del 2013

Econ. Roger Tomás Yela Burgos, M.Sc.

DIRECTOR

AUTORÍA

Por intermedio de la presente, DOY FE de la autoría y originalidad de la obra mencionada “**GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA FUNDACIÓN QUEVEDO ES MI CIUDAD DEL CANTÓN QUEVEDO 2012. IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN.**” que se presenta ante la Unidad de Posgrado para ser evaluada con el fin de obtener el Grado Académico de Magister en Administración de Empresas.

Juan Carlos Cano Intriago

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios y a mi Esposa e Hijos.

A Dios por darme la sabiduría para emprender este camino y mantener el optimismo de saber que la confianza en sí mismo es el primer secreto del éxito porque lo que bien empieza bien finaliza.

A mi esposa e hijos, por ser el pilar fundamental para seguir adelante y lograr ser un profesional por el bienestar de ellos.

AGRADECIMIENTO

A DIOS por haberme llenado de espiritualidad y energía para ayudarme a vencer todos los obstáculos de la vida e iluminarme para llevar a cabo mis objetivos y metas propuestas.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo por permitirme realizar mis estudios profesionales de Cuarto Nivel.

De manera especial, mi sincero agradecimiento al Director de la Unidad de Posgrado el Dr. Eduardo Díaz Ocampo, la Coordinadora de Maestría Ing. Mariela Andrade Arias y a los Instructores Académicos, por haber guiado y orientado acertadamente la práctica profesional.

Al Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales Econ. Jhon Boza Valle

A mi Director de tesis Economista Roger Yela Burgos, por su contribución en el desarrollo de esta investigación.

A la Fundación Quevedo es mi Ciudad, por su gentil colaboración al permitirme y proporcionarme información necesaria para desarrollar el presente trabajo de investigación.

A mis Padres y Hermanos por brindarme el apoyo moral, estoy muy agradecido.

El apoyo recibido por parte de mi esposa y mis hermosos hijos por significar lo más especial de mi vida, por su comprensión y paciencia, a ustedes, muchas gracias.

PRÓLOGO

Las Fundaciones son organizaciones sin fin de lucro con personería jurídica y se encuentran dentro de la categoría de Organizaciones no Gubernamentales. Las fundaciones son creaciones de empresas, personas o grupos de personas que donan un capital inicial, colocan una impronta particular a la organización y cuidan de la fidelidad de la misma a su marca fundacional nace un estudio catalogado **“LA GESTION FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA DE PRODUCTOS FORESTALES S.A. DEL CANTON QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RIOS, PERIODO 2010-2011. MODELO DE GESTION FINANCIERA”**, que pertenece a la autoría del Ingeniero Juan Carlos Cano Intriago, persona interesada en superarse profesionalmente aprovechando las oportunidades académicas de la educación superior que ofrece la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

El trabajo investigativo es una opción a la Fundación Quevedo es mi Ciudad en otorgar singular importancia a la gestión administrativa financiera y de servicio a favor de la comunidad del Cantón Quevedo, cuando este parámetro se cumple y es evaluado tanto científica como técnicamente, en las conclusiones del informe final de la investigación, se hace énfasis en la búsqueda de soluciones de la problemática abordada, con una propuesta alternativa válida, factible con beneficio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

La investigación resulta ser interesante y formal merece ser leído por la parte involucrada y de las personas que se encuentren interesadas en el mejoramiento de su administración y de brindar un servicio de calidad a los usuarios del Cantón Quevedo.

Ing. Oscar Fabián Moncayo Carreño. MBA

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación estudia la gestión administrativa – financiera y su incidencia en la calidad del servicio en la Fundación Quevedo es mi Ciudad, teniendo como referencia que la empresa necesita conocimientos comunes para ser capaz de abordar aspectos como la medición de la gestión administrativa y calidad del servicio en el malecón Eloy Alfaro de nuestra ciudad.

Dentro de este contexto se propone responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo incide la calidad del servicio en el grado de satisfacción de los usuarios de la fundación Quevedo es mi ciudad?

El objetivo general que se plantea para esta investigación es: Evaluar la incidencia de la calidad del servicio en el grado de satisfacción de los usuarios en la fundación Quevedo es mi ciudad.

De esta manera y mediante la hipótesis planteada se podrá evidenciar que con un adecuado Proceso administrativo y de servicio incide positivamente en el mejoramiento de la imagen del malecón y calidad de los servicios a la comunidad de Quevedo.

La primera hipótesis específica medirá los resultados si el servicio brindado en las instalaciones del malecón Eloy Alfaro es insuficiente para la atención a los habitantes de la ciudad de Quevedo y su entorno.

La segunda hipótesis específica orientada a que las dificultades administrativas inciden negativamente en el cumplimiento de las funciones de la Fundación Quevedo es mi ciudad.

Cabe señalar que los servicios dentro en la actualidad la calidad del servicio es genera mayor competitiva, para el éxito corporativo.

Por otra parte es de mucha importancia que la fundación Quevedo es mi ciudad implemente un departamento de planificación.

Cabe recalcar que la investigación se basa en una investigación descriptiva y aplicada, orientada a estudiar, analizar, describir y si es necesario modificar la realidad de la presente naturaleza del problema de estudio.

La investigación adicionalmente se apoyara en la utilización de las técnicas como son las entrevistas y la encuesta donde se pretende obtener información proporcionadas directamente de los administradores y usuarios del malecón Eloy Alfaro de la ciudad de Quevedo.

Como recomendaciones principales se plantea programar y ejecutar continuamente capacitación al personal administrativo y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad en lo que respecta a servicio al cliente y gestión administrativa con el objetivo de mejorar el servicio a los usuarios y orientarse a una clasificación de desempeño de sus actividades y procesos.

Además se propone la Creación de un departamento de planificación que este articulado con los departamentos de la Fundación Quevedo es mi Ciudad para la elaboración, ejecución y control del plan operativo anual basado en las políticas, reglamentos y el proceso de adquisición de obras y equipos de oficina.

EXECUTIVE SUMMARY

This research studies the administrative management - Financial and its impact on service quality in my City Quevedo Foundation, referencing the company needs common knowledge to be able to address issues such as performance measurement and quality management service on the boardwalk Eloy Alfaro of our city.

Within this context seeks to answer the following research question: How does the quality of service in the degree of user satisfaction is the foundation Quevedo my city?

The general objective for this research raises is: Evaluate the impact of service quality in the degree of user satisfaction in founding Quevedo is my city.

In this way and by hypothesis may show that with adequate administrative and service process has a positive effect on improving the image of the jetty and quality of services to the community of Quevedo.

The first specific hypothesis measure the results if the service provided on the premises of Eloy Alfaro boardwalk is insufficient to care for the inhabitants of the city of Quevedo and environment.

The second hypothesis aiming specifically at the administrative difficulties that adversely affect the performance of the functions of the Foundation Quevedo is my city.

It should be noted that services in today's service quality generates more competitive for corporate success.

Moreover it is very important that the foundation is my city Quevedo implement a planning department.

It should be noted that the research is based on a descriptive and applied research aimed at studying, analyzing, describing and if necessary change the reality of the present nature of the problem under study.

Further research will support the use of techniques such as interviews and the survey is to obtain information which directly provided administrators and users of the pier Eloy Alfaro City Quevedo.

As main recommendations arise continually training program and implement the administrative and service Quevedo Foundation is my City in regard to customer service and administrative management in order to improve service to users and aim at a classification of performance of its activities and processes.

It also proposes the creation of a planning department that coordinated with the departments of Quevedo my City Foundation for the development, implementation and monitoring of the annual operating plan based on policies, regulations and the procurement of works and equipment office.

ÍNDICE

	Pág.
Portada.....	i
Hoja en blanco.....	ii
Copia de la portada.....	iii
Certificación.....	iv
Autoría.....	v
Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento.....	vii
Prólogo.....	viii
Resumen Ejecutivo.....	ix
Executive Summary.....	xi
Índice.....	xiii
Introducción.....	xx
CAPÍTULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Ubicación y contextualización de la problemática.....	2
1.2. Situación actual de la problemática.....	2
1.3. Problema de la investigación.....	3
1.3.1. Problemas Derivados.....	3
1.4. Delimitación de la problemática.....	4
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1. Objetivo General.....	4
1.5.2. Objetivos Específicos.....	4
1.7. Justificación.....	5
1.8. Cambios esperados.....	6
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.....	8

2.1. Fundamentación conceptual.....	9
2.2. Fundamentación teórica.....	37
2.3. Fundamentación legal.....	50
CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	58
3.1. Tipo de investigación.....	59
3.1.1. Método descriptivo.....	59
3.1.2. Método propositivo.....	59
3.1.3. Método Inductivo.....	59
3.1.4. De campo.....	60
3.1.5. Bibliográfica-Documental.....	60
3.1.6. Diseño de investigación.....	60
3.2. Población y Muestra.....	60
3.2.1. Población.....	60
3.2.2. Muestra.....	60
3.3. Operacionalización de Variables.....	62
3.4. Instrumentos de la Investigación.....	63
3.4.1. Procedimientos para la Investigación.....	63
3.4.2. Recolección de Información.....	64
3.4.3. Procesamiento y análisis.....	64
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS EN RELACIÓN CON LAS HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.....	65
4.1. Enunciado de las hipótesis.....	66
4.1.1. Hipótesis general.....	66
4.1.2. Hipótesis específicas.....	
4.2. Encuesta realizadas a los usuarios de la fundación Quevedo es mí ciudad.....	68
4.3. Encuesta realizada al personal administrativo y operarios de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	

	77
4.4. discusión de la información obtenida en relación a la naturaleza de las hipótesis.....	84
4.5. Comprobación desaprobadón de las hipótesis.....	86
4.6. Conclusión parcial.....	88
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	90
5.1. Conclusiones.....	91
5.2. Recomendaciones.....	92
CAPÍTULO VI. PROPUESTA ALTERNATIVA.....	93
6.1. Título de la propuesta.....	94
6.2. Justificación.....	94
6.3. Fundamentación.....	95
6.4. Objetivos.....	96
6.5. Importancia.....	97
6.6. Ubicación sectorial y física.....	99
6.7. Factibilidad.....	99
6.8. Desarrollo del trabajo.....	100
6.9. Actividades.....	109
6.10. Recursos.....	109
6.11. Impacto.....	109
6.12. Evaluación.....	110
BIBLIOGRAFIA.....	111
ANEXOS.....	113

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
CUADRO 1.	
Servicios utilizados en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	68
CUADRO 2.	
Espacio físico de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	69
CUADRO 3.	
Calidad del servicio de la Fundación Quevedo es mi ciudad.....	70
CUADRO 4.	
Personal operativo capacitado de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	71
CUADRO 5.	
Seguridad de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	72
CUADRO 6.	
Actividades administrativas de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	73
CUADRO 7.	
Calificación de la administración de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	74
CUADRO 8.	
Implementación del departamento de planificación.....	75
CUADRO 9.	
Nuevos tipos de servicio en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	76
CUADRO 1.	
Manual de Control interno en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	77
CUADRO 2.	
Servicio brindado por la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	78
CUADRO 3.	
Gestión administrativa, financiera y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	79
CUADRO 4.	
Adquisiciones de obra de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	80

CUADRO 5.	
Proceso de adquisiciones de obras de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	81
CUADRO 6.	
Implementación del departamento de planificación en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	82
CUADRO 7.	
Mejoramiento de la Gestión Administrativa, financiera y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO 1.	
Servicios utilizados en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	68
GRAFICO 2.	
Espacio físico de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	69
GRAFICO 3.	
Calidad del servicio de la Fundación Quevedo es mi ciudad.....	70
GRAFICO 4.	
Personal operativo capacitado de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	71
GRAFICO 5.	
Seguridad de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	72
GRAFICO 6.	
Actividades administrativas de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	73
GRAFICO 7.	
Calificación de la administración de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	74
GRAFICO 8.	
Implementación del departamento de planificación.....	75
GRAFICO 9.	
Nuevos tipos de servicio en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	76
GRAFICO 1.	
Manual de Control interno en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	77
GRAFICO 2.	
Servicio brindado por la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	78
GRAFICO 3.	
Gestión administrativa, financiera y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	79
GRAFICO 4.	
Adquisiciones de obra de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	80

GRAFICO 5.	
Proceso de adquisiciones de obras de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	81
GRAFICO 6.	
Implementación del departamento de planificación en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	82
GRAFICO 7.	
Mejoramiento de la Gestión Administrativa, financiera y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.....	83

INTRODUCCION

El 17 de octubre del 2003 el gobierno autónomo descentralizado de la ciudad de Quevedo entrega en comodato por 90 años a la Fundación Quevedo es mi ciudad el uso de los terrenos que comprenden los malecones de Quevedo y san Camilo para que en dichos terrenos puedan ejecutar obras de regeneración y el embellecimiento de los referidos malecones, así como a llevar a cabo obras de planificación, ejecución y administración, para brindar un excelente nivel de calidad en la prestación de los servicios en los usuarios actuales o potenciales de nuestro cantón, en concordancia con los lineamientos de las políticas de servicio y a si contar con un recurso humano altamente calificado y comprometido en el proceso de mejoramiento continuo en el servicio.

La fundación tiene el compromiso en satisfacer o superar las expectativas de los clientes, garantizando el cumplimiento de las especificaciones y dando valor agregado a nuestros servicios y su gestión administrativa financiera, Esto se logra con una participación individual y de equipo de todo el personal administrativo y de servicio, con un compromiso de mejora continua y velocidad de respuesta a los usuarios que acuden a pasar un momento de distracción en familia.

Por eso es muy importante que la fundación logre la satisfacción permanente de las necesidades y expectativas de los Clientes con objetivos de competitividad y crecimiento. Para asegurar estándares de calidad en los procesos de logística y comunicación, con un Talento Humano, comprometido e idóneo.

La Ciudad de Quevedo Provincia de Los Ríos cuenta con una población promedio de 165,363 habitantes aproximadamente, con las coordenadas geográficas: a 1° 20'30" de Latitud Sur y los 79o 28' 30", longitud Norte:

79°48'33" y de longitud occidental, dentro de una zona subtropical a una altura de 74 msnm.

La presente investigación se estructura en los siguientes capítulos:

En el Capítulo I, se contempla el marco contextual de la investigación, ubicación y contextualización de la problemática, situación actual de la problemática, problema de investigación, delimitación del problema, justificación, cambios esperados, objetivos general y específicos.

En el Capítulo II, se trata del marco teórico de la investigación, que consta de fundamentación conceptual, teórica y legal, expresada en una amplia bibliografía consultada y disposiciones legales vigentes.

En el Capítulo III, presenta la metodología de la investigación, donde se señalan métodos y técnicas utilizados en la investigación, construcción metodológica del objeto de investigación, elaboración del marco teórico, recolección de información empírica, descripción de la información, análisis e interpretación de los resultados, construcción del informe de la investigación.

En el Capítulo IV, muestra el análisis e interpretación de los resultados en relación con las hipótesis de investigación, enunciado de las hipótesis, ubicación y descripción de la información empírica pertinente a cada hipótesis, discusión de la información obtenida en relación a la naturaleza de la hipótesis.

En el Capítulo V, describe las conclusiones y recomendaciones.

En el Capítulo VI, enfoca la propuesta alternativa, justificación, fundamentación, objetivos, importancia, ubicación sectorial y física, factibilidad, desarrollo de la propuesta, impacto, evaluación, instructivo de funcionamiento.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

El nuestro es un mundo en el que la gente no sabe lo que quiere y está dispuesta a atravesar todo tipo de obstáculos para conseguirlo.

Don Marquis

1.1. UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

La Fundación Quevedo es mi ciudad se encuentra ubicado en el malecón Eloy Alfaro de la Ciudad de Quevedo, Ubicado en la Ciudad de Quevedo Provincia de Los Ríos, con las coordenadas geográficas: a 1° 20'30" de Latitud Sur y los 79o 28' 30", longitud Norte: 79°4833 y de longitud occidental, dentro de una zona subtropical a una altura de 74 msnm.

Sus límites son: Norte: Cantones Buena Fe y Valencia, Sur: Cantón Mocache, Este: Cantones Ventanas y Quinsaloma, Oeste: El Empalme (Provincia del Guayas), en el centro de la región litoral, con clima subtropical húmedo y temperatura media de 24 grados centígrados. La población promedio de Quevedo es aproximadamente 165,363 habitantes, para el año 2009.

La investigación está orientada al análisis correspondiente a la gestión administrativa financiera y calidad del servicio, siendo esto un problema generalizado a nivel de las instituciones, en el caso de la Fundación se vuelve una necesidad el hecho de conocer como los habitantes conciben el servicio prestado, siendo estos planificados en formas empírica, por tal motivo los usuarios y administradores se sienten insatisfechos debido a que sus necesidades no satisfacen adecuadamente estas debilidades, lo que generan desequilibrio dentro de la Institución.

1.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA.

En la actualidad la calidad del servicio y una adecuada gestión administrativa y financiera genera mayor competitiva para el éxito corporativo, actualmente se escucha hablar constantemente de la importancia de los servicios y mercados, adquiriendo mayor relevancia en la economía del país, por lo tanto debe ponerse mayor énfasis acerca de la importancia de los mismos.

Repetidamente los usuarios utilizan los servicios y una adecuada gestión administrativa - financiera en las empresas u organizaciones, lo cual implica una ventaja competitiva, para lograr calidad y excelencia tanto administrativa como en la atención al cliente, siendo necesario orientar a la Fundación Quevedo es mi Ciudad a brindar calidad del servicio que busque la satisfacción y expectativas deseadas.

1.3. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

¿Cómo incide la gestión administrativa financiera en la calidad del servicio de los usuarios de la fundación Quevedo es mi ciudad?

1.3.1 Problemas Derivados.

- ¿Cuáles son las principales servicios que brinda a los usuarios la fundación Quevedo es mi ciudad?
- ¿Cómo influye el proceso existente del sistema de gestión administrativa financiera en la fundación Quevedo es mi ciudad?
- ¿Cuál es el criterio de los habitantes del cantón Quevedo acerca de la calidad del servicio que brinda la fundación Quevedo es mi ciudad?
- ¿Cómo influye la falta de un departamento de planificación en la fundación Quevedo es mi ciudad?

1.4. DELIMITACION DE LA PROBLEMÁTICA

Se realizó una evaluación de la gestión administrativa financiera y su incidencia en la calidad del servicio que brinda la fundación Quevedo es mi Ciudad, de la provincia de Los Ríos.

CAMPO: Administración y Marketing

AREA: Gestión Administrativa Financiera

ASPECTO: Calidad del servicio de la Fundación Quevedo es mi ciudad.

PROBLEMA: ¿Cómo incide la gestión administrativa financiera en la calidad del servicio de los usuarios de la fundación Quevedo es mi ciudad?

TEMA: “Gestión administrativa financiera y su incidencia en la calidad del servicio de la fundación Quevedo es mi ciudad del cantón Quevedo 2012. Propuesta alternativa”

1.5 OBJETIVOS

a) Objetivo General

Evaluar la gestión administrativa financiera y su incidencia en la calidad del servicio de la fundación Quevedo es mi ciudad.

b) Objetivos Específicos

- Determinar los servicios que brinda a los usuarios la Fundación Quevedo es mi ciudad.

- Verificar la dirección administrativa financiera existente en la Fundación Quevedo es mi ciudad.
- Identificar la calidad del servicio que brinda la Fundación para el manejo de las instalaciones.
- Proponer la implementación de un departamento de Planificación y programación para fortalecer la gestión administrativa, financiera, operativa y de servicio de la Fundación Quevedo es mi ciudad.

1.5. JUSTIFICACIÓN

Las empresas en la actualidad y por la competencia generada en el mercado, se ven obligadas permanentemente a mejorar sus procesos al interior, la gestión administrativa financiera y la calidad de los servicios representan la imagen de la institución, siendo los usuarios los que repliquen el nivel de satisfacción recibido al momento de solicitar alguno de estos.

Es importante que la Fundación Quevedo es mi Ciudad induzca a su personal administrativo y operativo a trabajar con eficiencia, eficacia y efectividad en todos sus procesos, para tener un alto grado de satisfacción en sus objetivos y servicios que presta en beneficio de los usuarios, y así lograr una buena gestión administrativa y financiera de la institución, para lo cual se alcanza obtener un impacto positivo a la hora de introducir las mejoras y lograr su eficiencia.

La competencia es importante debido a que esta obliga a cada una de las instituciones a mejorar permanentemente este proceso, implicando capacitación y búsqueda de nuevas oportunidades y servicios a fin de lograr tener un posicionamiento empresarial apuntalado al crecimiento como empresa y la satisfacción de los clientes cautivos con el fin de incrementar la participación en el mercado.

En la actualidad el proceso globalizado ha provocado que las empresas tengan un departamento orientado en conocer el nivel de satisfacción de los clientes, ya que son estos quienes califican el servicio recibido, potenciando estos procesos las instituciones modelan los sistemas de administración y de servicios.

Actualmente nuestra ciudad está siendo participe de entrada de nuevas empresas en el mercado, debido a esta competencia es de vital importancia brindar un excelente servicio a nuestros usuarios, para crear una ventaja competitiva a los locales comerciales que ocupan el malecón de Quevedo, y así poder continuar siendo líderes en el mercado local. Por lo tanto, la Fundación Quevedo es mi ciudad debe de sentirse comprometida a brindar niveles de calidad del servicio tanto en sus locales comerciales como en los lugares de esparcimientos de niños y adultos, y así obtener una imagen representativa antes nuestros ciudadanos quevedeños como en los de otras ciudades del país.

1.6. CAMBIOS ESPERADOS

Con la realización de este proyecto de tesis se espera alcanzar los siguientes cambios

- ✓ Malecón Eloy Alfaro regenerado brindando servicio de calidad en tema de recreación.
- ✓ Fundación Quevedo es mi ciudad realiza eventos culturales, artísticos, al aire libre, propiciando la integración de la familia quevedeña.
- ✓ Fundación Quevedo es mi ciudad cuenta con un área de eventos múltiples para los usuarios del malecón.

- ✓ Participación permanente de los actores económicos en el marco del desarrollo sostenible del Malecón de Quevedo.

- ✓ El malecón Eloy Alfaro cuenta con una imagen legítima de pertenencia y administración de la Fundación Quevedo es mi ciudad hacia la comunidad de Quevedo.

- ✓ Fundación Quevedo es mi ciudad cuenta con un departamento de planificación y programación para fortalecer la gestión administrativa, financiera.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

El gran uso para la vida es invertirla
en algo que la trascienda.

William James

2.1. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.

2.1.1. Que son los servicios

Lovelock – Wirtz 2009 Hasta ahora, nuestro estudio de los servicios se ha enfocado en diferentes tipos de industrias de servicios. Sin embargo, es momento de preguntar ¿Qué es exactamente un servicio?

Los intentos por describir a los servicios se remontan a más de dos siglos. A finales del siglo XVIII y principios del XIX, los economistas clásicos se enfocan en la creación y posesión de la riqueza.

Ellos consideraban que los bienes (a los que se referían como “artículos”) eran objetos de valor sobre los que se podían establecer e intercambiar derechos de propiedad, la propiedad implicada la posesión tangible de un objeto que había adquirido a través de la compra, trueque o regalo por parte del productor o de un propietario anterior, y que se podían identificar legalmente como propiedad del propietario actual.

En el libro de Adam Smith, *The Wealth of Nations*, que se publicó en Gran Bretaña en 1776, hacía una distinción entre los resultados de lo que llamo trabajo “productivos” e “improductivo” según Smith, este último producía bienes que podían almacenarse después de la producción, para posteriormente ser intercambiados por dinero u otros artículos de valor. Sin embargo, el trabajo improductivo “honorable,...útil o...necesario”, creaba servicios que perecían en el momento de la producción y, por lo tanto, contribuían a la riqueza. Basado en este tema, el economista francés Jean Baptiste Say argumento que la producción y el consumo eran inseparables en los servicios, y acuñó el término “productos inmateriales” para describirlo.

Hoy sabemos que la producción y el consumo si pueden separarse en muchos servicios (piense en el lavado en seco, la jardinera y el pronóstico del tiempo), y

que no todos los desempeños de servicios son perecederos (considere las grabaciones de audio y video de conciertos o eventos deportivos). Es muy significativo que muchos servicios estén diseñados para crear un valor duradero para sus receptores (la educación que usted está recibiendo es un claro ejemplo). Sin embargo, la diferencia entre la propiedad y la no propiedad, que enfatizan varios expertos en el marketing de servicio, sigue siendo válida.

2.1.2. Planeación y creación de servicios

¿A que nos referimos con un “producto” de servicio? Cuando los clientes compran un artículo manufacturado como una cámara, combustible diesel o un producto agrícola como una bolsa de papas, se vuelven propietarios de objetos físicos. Sin embargo, las funciones de los servicios se experimentan y no se poseen. Aun cuando se trata de elementos físicos de los que los clientes se vuelven propietarios – como un alimento preparado (que se consume con rapidez), un marcapasos implantado quirúrgicamente o el respaldo de una refracción de un automóvil- una porción importante del precio que pagan los clientes es por el valor que añaden los elementos de servicio, incluyendo el trabajo experto y el uso de equipo especializado. Un producto de servicios se componen de todos los elementos de la prestación del mismo, tanto tangibles como intangibles, pero que crean valor para los clientes.

2.1.3. Ampliación del producto básico.

Lovelock – Wirtz 2009 Por lo general, los servicios se definen con respecto a una industria en particular, por ejemplo del ciudadano de la salud o de transporte, a partir del conjunto básico de beneficios y soluciones que se entregan a los clientes. Sin embargo, la entrega de este producto básico suele ir acompañada de una variedad de otras actividades relacionadas con el servicio, a las que denominamos servicios complementarios, los cuales facilitan el uso del producto básico y añaden valor u diferenciación a la experiencia general del cliente. Los productos básicos suelen convertirse en artículos de

consumo conforme una industria madura y aumenta su competencia, de modo que la búsqueda de ventajas competitivas a menudo enfatiza el desempeño de los servicios complementarios.

La combinación del producto básico y los servicios complementarios representan el concepto de servicio (que en un contexto de manufactura a veces se conoce como el producto ampliado)

2.1.4. La flor del servicio

Lovelock – Wirtz 2009 Los servicios complementarios cumplen uno de los papeles. Los servicios complementarios de facilitación se requieren para la prestación del servicio o auxilian en el uso del producto básico. Los servicios complementarios de mejora añaden valor para los clientes. Potencialmente hay docenas de servicios complementarios, pero casi todos se clasifican en los siguientes ocho grupos. En la lista aparecen según su clasificación, como de facilitación o de mejora.

2.4.1.1. Servicios de facilitación

- Información
- Toma de pedidos
- Facturación
- Pago

2.4.1.2. Servicio de mejora

- Consulta
- Hospitalidad
- Cuidado
- Excepciones

2.1.5. Atributos y niveles de servicio

¿De qué manera podemos crear el concepto correcto de servicio para un segmento meta específico? Con frecuencia es necesario hacer investigación para identificar los atributos de un servicio dado, los cuales son importantes para segmentos de mercado específicos, y la manera en que los clientes potenciales perciben el desempeño de las organizaciones competidoras con respecto a estos atributos. Sin embargo, es peligroso generalizar en exceso. Usted debe reconocer que los mismos individuos pueden asignar distintas prioridades a los atributos de acuerdo con:

- El propósito del uso del servicio.
- Quien toma la decisión.
- El momento del uso (momento del día/semana/temporada).
- Si el individuo está utilizando el servicio solo con un grupo.
- La composición de este grupo.

2.1.6. Lealtad del cliente

Lovelock – Wirtz 2009 Lealtad es un término antiguo que generalmente se ha utilizado para describir la fidelidad y la veneración entusiasta por un país, una causa o un individuo. Más recientemente se ha usado, en el contexto de los negocios, para describir la disposición de un cliente para continuar visitando a una empresa por un largo plazo, preferiblemente de manera exclusiva, y recomendando a sus productos a sus amigos y socios y las intenciones futuras. Pregúntese: ¿a cuales empresa de servicio es leal? ¿y a cuales industrias pertenecen?.

2.1.7. Calidad del servicio.

Lovelock – Wirtz 2009 ¿A que nos referimos cuando hablamos de calidad del servicio? El personal de la empresa necesita conocimientos comunes para ser capaz de abordar aspectos como la medición de la calidad del servicio, la

identificación de causas de la disminución de la calidad del servicio y el diseño e implementación de acciones correctivas. Como lo sugiere, con sentido del humor, la ilustración del restaurante en la figura a veces es difícil administrar la calidad del servicio, incluso cuando las fallas son de naturaleza tangibles.

2.1.7.1. Diferentes perspectivas de la calidad del servicio

- La perspectiva trascendental de la calidad es sinónimo de excelencia innata: una señal de estándares inquebrantables y alto desempeño. Este punto de vista se aplica a la actuación de las artes visuales y plantea que la gente aprenda a reconocer la calidad únicamente por medio de la experiencia que obtiene a través de la exposición repetida. Sin embargo, desde un punto de vista práctico, no es muy útil sugerir que los gerentes o los clientes distinguirían la calidad cuando la vean.
- El método basado en el producto considera la calidad como una variable precisa y medible, plantea que las diferencias en la calidad reflejan diferencias de calidad de un ingrediente o atributo que posee el producto. Debido a que esta perspectiva es totalmente objetiva, no toman en cuenta las discrepancias en los gustos, necesidades y preferencias de los clientes individuales (o incluso de segmentos completos de mercado).
- Las definiciones basadas en el usuario parten de la premisa de que calidad reside en los ojos del observador. Esas definiciones equiparan la calidad con la satisfacción máxima. Esta perspectiva subjetiva y orientada hacia la demanda reconoce que los distintos clientes tienen deseos y necesidades diferentes.
- El método basado en la manufactura se fundamenta en la oferta y se relaciona principalmente con las prácticas de ingeniería y manufactura. (en los servicios, diríamos que la calidad está implicada por las

operaciones). El método se enfoca en el cumplimiento de especificaciones desarrolladas internamente, a las cuales a menudo son impulsadas por metas de productividad y de contención de costos.

- Las definiciones basadas en el valor abordan la calidad en términos de valor y precio. La calidad se define como “excelencia costeable” al considerar el intercambio entre el desempeño (o cumplimiento) y el precio.

2.1.8. La fidelización del cliente

Gabin 2004 Sabemos que fidelizar al cliente es uno de los objetivos del marketing relacional.

La fidelización es buscar el mantenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes más rentables de la empresa, intentando conseguir la mayoría de sus compras.

Es decir, se evoluciona de un marketing estratégico dirigido a una única operación ceñida al proceso de la venta, porque – como ya se ha dicho – las exigencias de un nuevo tipo de clientes y la creciente competencia, obligan a las empresas a cuidar al consumidor, buscar su satisfacción no únicamente hasta el cierre de la venta, sino también en la posventa.

El concepto de fidelidad en marketing significa que el cliente realiza la mayoría de sus compras de un determinado producto a la empresa.

¿Quién es un fiel cliente?

Un cliente que compra la loción en una perfumería y la colonia en otra es un cliente fiel, de ambas.

Si una persona compra durante años sus trajes en una sastrería, es un cliente fiel.

Una persona que trabaja la línea de ahorros y recibidos domiciliarios en una caja de ahorros y los temas de inversiones en un banco es un cliente fiel en cada entidad financiera.

Un comercial que acude a comer a un restaurante con sus clientes, aunque en ocasiones se desplaza a otros, es un cliente fiel.

La cuestión clave del tema de la fidelidad de un cliente no es las veces que acude a comer o a comprar, lo importante es el volumen de gasto que realiza: es decir el porcentaje del gasto total del cliente.

Precisamente el marketing relacional al tratar de extender lazos entre empresa y clientes tiene que considerar este aspecto, cuidar a los más rentables y renunciar a los menos rentables.

El desprenderse de los clientes pocos rentables implica:

- Poseer los medios informáticos que detectan y analicen las compras de los clientes.
- Centrar el esfuerzo en beneficiar al máximo al cliente rentable para conseguir su satisfacción y potenciar la relación.
- Suprimir gastos de gestión de clientes pocos rentables.
- Trasladar la reducción de gastos por la supresión de los gastos de gestión de clientes poco rentables a incrementar los beneficios de los clientes más rentables.
- No confundir volumen de facturación con rentabilidad.

2.1.8.1. La insatisfacción del cliente.

A veces surgen problemas que producen insatisfacción en el cliente, las causas más frecuentes son:

- El personal que vende o realiza el servicio no merece la confianza del cliente, por su incompetencia o porque no genera confianza.

La empresa debe combatir este problema con una adecuada selección de su personal, además de una permanente formación; todo sin olvidar los círculos y las normas ISO 9000.

- Producto o servicio más claro.

El cliente se suele sentir muy incómodo se descubre que ha pagado un precio mayor por el mismo producto o servicio que puede encontrar en otros establecimientos.

La empresa debe conocer los precios de la competencia pero si los conoce y decide hacer una política de precios más alto, deberá ofrecer un “plus”, algo que proporcione al cliente la sensación que paga más pero le dan más, por ejemplo una mayor garantía, un regalo u obsequio una sensación de “estatus” privilegiado, una acumulación de puntos en su tarjeta de “fidelización” que haga sentirse compensado.

- Prestación inferior a las esperadas.

Deben ajuntarse especificaciones que demuestren que el cliente adquirió el producto exactamente con las prestaciones que el folleto, o contrato se hablaron.

- El cliente ha recibido una información del vendedor que no se ajusta a las características del producto o servicio.

Normalmente los productos y servicios especifican sus características técnicas o condiciones y a ellas habrá que atenderse; no obstante, una buena política de la empresa puede ser acertar la devolución del producto y entregar un vale de compra o devolver el dinero; sin duda, el cliente tendrá tranquilidad para volver a comprar en una empresa.

2.1.8.2. Relaciones con los clientes.

Gabin 2004 Actualmente es indispensable que la empresa se relaciones con los clientes sin contar con la informática de redes.

Internet, intranet y exnet son plataformas que facilitan la información empresarial con gran rapidez.

2.1.9. Métodos de distribución de servicios

W. Cowell 1991. Para nuestro propósito un canal de distribución es la secuencia de empresa que participan en el traslado de un servicio del productor al consumidor. La generalización usual que se hace sobre la distribución del servicio es que la venta directa es el método más frecuente y que los canales son cortos. La venta directa es el método más frecuente en algunos mercados de servicios (por ejemplo. Servicios profesionales); pero muchos canales de servicios contiene uno o más intermediarios. Sería incorrecto decir que la venta directa es el único método de distribución en los mercados de servicios. Los intermediarios son comunes. Algunos de estos intermediarios asumen sus propios riesgos; otros realizan funciones que cambian la propiedad (por ejemplo, compras); otros realizan funciones que permiten el movimiento físico.

Estas opciones son las mismas para productores de elementos físicos:

- Ventas directa
- Ventas a través de intermediarios

2,1.9.1. Venta directa

La venta directa puede ser el método escogido de distribución para un servicio por elección o debido a la inseparabilidad del servicio y del proveedor. Cuando

se selecciona la venta directa por elección, el vendedor lo hace así posiblemente para sacar ventajas específicas de mercadeo como.

- a. Mantener mejor “control” sobre la forma de suministrar o realizar el servicio. La pérdida de control puede ser una desventaja si se hace a través de un intermediario,
- b. Obtener diferenciación perceptible del servicio a través de un servicio personal real en lo que otra manera serian mercados estándares y uniformes;
- c. Obtener información directa de los clientes sobre sus necesidades existentes, como están cambiando esas necesidades y sus observaciones sobre las ofertas en el mercado de los competidores.

2.1.9.2. Ventas a través de intermediarios.

Sin embargo, el canal más frecuentemente utilizando en organizaciones de servicios es el que opera a través de intermediarios. Las estructuras de canales de servicios varían considerablemente y algunas son complejas.

Algunas de las formas de canales más novedosos para distribuir productos de dinero han surgido debido a que las organizaciones de servicios han desarrollado o han aprovechado nuevos productos para superar el problema de la inseparabilidad. La tarjeta de crédito es un ejemplo de una representación física de un servicio ofrecido.

2.1.10. Servicios.

Hoffman - Bateson 2002. Al final de cuentas, el éxito de muchos de los encuentros de servicios depende de la eficacia que tenga la empresa para administrar a sus clientes. Como dijimos en capítulos anteriores, podemos decir que el encuentro de los servicios es una triple lucha por el control, en la combaten el cliente, el empleado y la propia organización. Los procedimientos y los sistemas que instituye la organización para equilibrar esta relación no son

creados simplemente para aumentar la burocracia, sino para aplicarlos principalmente, por motivos económicos que garanticen la rentabilidad.

A diferencia del fabricante de bienes, que rara vez vea al cliente final mientras elabora el producto en una remota fábrica, los prestadores de servicios muchas veces están en contacto permanente con sus clientes y deben de planear sus operaciones teniendo en mente la presencia de estos. Esta interacción, entre el cliente y el prestador del servicio, constituye un incidente crítico. Los incidentes críticos representan la mayor oportunidad para obtener pérdidas y ganancias relacionadas con la satisfacción de los clientes y su preferencia.

2.1.10.1. Como administrar la participación del cliente

En términos generales, a medida que la participación del cliente aumenta, la eficiencia de la operación disminuye. Su participación en el proceso de producción crea incertidumbre en la programación de la producción, por ejemplo, el cliente tiene un efecto directo en el tipo de servicio deseado, la duración del proceso para prestarlo y el ciclo de la demanda de este. Trata de administrar la participación del consumidor en el proceso de producción, con procedimientos eficientes para las operaciones, es un arte muy delicado.

Aumentar la participación del consumidor en el proceso de prestación del servicio, se ha convertido en una estrategia muy popular para aumentar la oferta del servicio y para ofrecer una especie de diferenciación de este. Cuando el personal de contacto permite que los consumidores coproduzcan, cuando menos, una parte de su propio servicio, tiene libertad para cumplir con otras obligaciones; por ejemplo, servir a otros clientes o realizar actividades que no están relacionadas con los consumidores (como encargarse del papeleo).

2.1.10.2. Comportamiento del consumidor

Cuando las empresas consideren el beneficio que las alternativas del autoservicio ofrecen al consumidor, podrán entender que determina su

comportamiento. ¿Por qué el cliente te usaría un CA en lugar de acudir al banco? ¿Por qué los clientes preferirían elegir cocinar sus propios filetes en un restaurante de lujo? Los beneficios que promueva la empresa para el consumidor deben ser definidos por el mismo. Por ejemplo, los clientes que trabajan en turnos que no corresponden al horario tradicional de 8 a 5, disfrutan de la posibilidad de acudir a los CA a cualquier hora. Otros quizá solo tengan prisa y prefieren el CA porque funciona más rápido. En las cocinas de autoservicios, la experiencia de la elección y la preparación, podría facilitar la interacción social y estar movida por el ego.

2.1.10.3. Como administrar los clientes pocos cooperativos

Como los servicios suelen ser una “experiencia compartida” uno de los retos fundamentales es administrar varios segmentos del mercado, que tienen distintas necesidades, dentro de un solo entorno para el servicio.

Los clientes no siempre son santos y el comportamiento grosero no solo afecta a otros consumidores, sino también a los empleados. Si quiere saber más sobre cómo manejar a los clientes.

2.1.10.4. Importancia de la satisfacción de los clientes

Es imposible no exagerar la importancia de la satisfacción de los clientes. Sin clientes, la empresa de servicios no tendría razón de existir. Todo negocio de servicios tiene que definir y medir, permanentemente, la satisfacción de los clientes. Esperar a que estos se quejen para poder identificar los problemas en el sistema de prestación del servicio o evaluar el avance conseguido por la empresa, relativa a la satisfacción de los clientes, con base en la cantidad de quejas recibidas sería muy ingenuo.

2.1.10.5. Los beneficios de la satisfacción de los clientes.

Hay quienes dicen que en ocasiones los clientes no son razonables, pero no existen mucha evidencia de que tengan expectativas extravagantes. Por consiguiente, satisfacerlos no es una tarea imposible. De hecho, cumplir sus expectativas, o superarlas, puede producir varios beneficios valiosos para su empresa. La publicación positiva, de boca en boca, que generan los clientes existentes muchas veces se traduce en más clientes nuevos. Por ejemplo, piense en la publicidad positiva generada para las empresas que aparecen en los 10 primeros lugares de la lista de las compañías más admiradas, que aparecen en la tabla. En cambio, como posible empleado, ¿no tendría usted reservas para trabajar con las 10 que están final de la lista? Los clientes actuales satisfechos muchas veces compran más productos, con mayor frecuencia, y es menos probable que decidan irse con la competencia que los clientes insatisfechos.

2.1.11. Clientes y operación de servicios.

Huete – D’ Andrea – Reynoso – Lovelock 2001 En las empresas de servicio los clientes participan mucho más en la producción del servicio que en las empresas de manufacturas. Los proveedores de servicios dirigidos al cuerpo de las personas esperan por lo general que sus clientes acudan a los que theodore levit ha denominado “campo de operaciones” es decir sitios donde la producción, la entrega y el consumo de servicios operan al mismo tiempo, en otros casos el personal de servicio visita al cliente o a las empresas trata con sus clientes a distancia a través de canales físicos como electrónicos.

2.1.11.1. La tecnología y contacto con los clientes.

Los avances tecnológicos ofrecen a las empresas formas radicalmente nuevas para crear y entregar sus servicios, en particular el servicio esencial y los servicios suplementarios basados en la información. Sin embargo no siempre

es fácil insertar un nuevo modelo entrega de servicio basado en la tecnología en una operación tradicional con cultura establecida y una clientela que este acostumbrada a hacer las cosas de cierta manera.

2.1.11.2. El problema del mal comportamiento del cliente.

La manera en que una empresa logra disminuir quejas y resolver problemas puede ayudar a aumentar la lealtad de sus clientes o por el contrario dejarlos escapar hacia la competencia.

2.1.11.3. Como evalúan los clientes el desempeño de los servicios.

Los desempeños de los servicios son difíciles de evaluar, por lo consiguiente existe un mayor riesgo de realizar compras insatisfactorias

Los clientes que han comprado un bien físico que demuestran ser una mala decisión s recuperan fácilmente de su error, estas opciones no están disponibles en caso de los servicios, aunque la recuperación es más fácil para algunos tipos de servicios que para otros.

2.1.11.4. Estrategias de segmentación.

Las empresas de servicio con limitaciones de capacidad tienen que aprovechar el máximo su capacidad productiva. El problema de este tipo de empresas consiste en encontrar suficientes clientes que utilicen los servicios en un determinado momento y lugar.

2.1.12. La necesidad a la demanda.

Garnica – Mourbert 2009 El punto de partida de esta disciplina son las necesidades humanas la gente para vivir requiere alimento, agua, vestidos, un albergue asa como educación, transporte o diversión. En sentido las necesidades son estados de carencia que producen insatisfacción. Cada

persona puede tener periodos más o menos largos tolerancia a la satisfacción lo cual depende de la necesidad y del individuo.

2.1.12.1. Productos y satisfacción.

El termino producto se utiliza para abarcar bienes y servicios que se ofrecen para satisfacer un deseo, de esta forma la importancia de un producto no radica en que la persona pueda tenerlo sino en que satisfaga el deseo que lo origino.

2.1.12.2. Valor y costo.

Ante un conjunto de necesidades que se requieren satisfacer, también hay un conjunto de productos que son capaces de lograrlo, cada persona parte de las características de un producto ideal para asignarle el valor.

2.1.12.3. Valor y satisfacción del cliente.

El valor total es el conjunto de beneficios que los clientes esperan obtener de un producto o servicio en particular, mientras que el costo total es el grupo de desventajas o perjuicios que representan para el consumidor adquirirlo. Asi el valor que recibe el usuario es la diferencia entre el valor total y el costo total del producto, cuanto mayor sea la diferencia, mayor capacidad tendrá de superar otras ofertas; por lo tanto le producirá mayor satisfacción al consumidor.

2.1.12.4. La cadena de valor.

La cadena de valor es un concepto que ha desarrollado ampliamente Michael porter para identificar formas de generar más valor para el consumidor.

La cadena de valor se construye al disgregar a la organización en sus actividades estratégicas relevantes para comprender el comportamiento de los

costos y las fuentes susceptibles de mejores prácticas. (Actuales y potenciales).

Porter ha identificado nueve actividades primarias y de apoyo que generan valor y costo en una organización, las actividades primarias tienen que ver directamente con la creación física de un producto, su venta y transferencia al comprador, así como la asistencia posterior al servicio, las cinco categorías fundamentales que podrían dividirse en actividades distintas dependiendo del sector industrial en particular y de la estrategia de la organización:

Logística interna

Operaciones

Logística externa

Marketing y ventas

Servicios

Las actividades de apoyo sustentan a las actividades primarias y se relacionan entre si para proporcionar el soporte que se requiere:

Abastecimiento

Desarrollo de tecnología

Administración del personal

Infraestructura de la empresa

2.1.13. Evaluación de servicios.

Withers – Vipperman 2006 La planeación de la mercadotecnia le ayuda a ver sus servicios desde la perspectiva de sus clientes y puede ser un verdadero desafío para los proveedores de servicios, usted podrá estar plenamente familiarizado con lo que hace y la forma que hace. Usted podrá estar muy orgulloso de su trabajo, con sus conocimientos y años de experiencia porque sabe a qué grado puede influir en la vida del cliente.

2.1.13. 1. Venta de servicios.

Para vender un servicio como profesional, escuche antes de hablar y dirija la entrevista de ventas haciendo preguntas. A diferencia de quienes venden productos concretos, usted puede adaptar sus servicios a las necesidades de cada cliente potencial y de ese modo operar su negocio en una forma auténticamente creativa.

2.1.14. Administración.

La administración significa actuar en dirección hacia el futuro de una meta para realizar las tareas; por consiguiente, no efectúa actividades elegidas al azar, sino actividades con un propósito y una dirección bien definidos. Este propósito y dirección podrían ser los d

El individuo, la organización o, lo más usual, una combinación de ambos. Comprende los esfuerzos necesarios para completar las actividades propuestas y para que los resultados correspondan a los niveles deseados **(Hill, M; Black, S, Porter, L. 2008: 8).**

La administración consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas. Ya sabemos que coordinar el trabajo de otros es lo que distingue una posición gerencial de las demás. Sin embargo, esto significa que los gerentes pueden hacer lo que quieran y como quieran. Por lo contrario la administración requiere la culminación eficiente y eficaz de las actividades laborales de la organización; o por lo menos a eso aspiran los gerentes. **(Robbins, S; Coulter, M. 2005:8).**

2.1.15. Importancia de la Administración.

La importancia de la Administración se basa en los siguientes puntos:
La Administración se da donde quiera que exista una organización

El éxito de una empresa u organismo social, se debe a la buena administración que posea.

Para las grandes empresas, la administración científica es esencial.

Para las empresas pequeñas y medianas, la manera más indicada de competir con otras es el mejoramiento de su administración, dicho en otras palabras, tener una mejor coordinación de sus recursos de sus recursos incluyendo al humano.

Para lograr un incremento en la productividad, dependerá de una adecuada administración.

Para las organizaciones que están en vías de desarrollo, el principal elemento para desarrollar su productividad y su competitividad con otras es mejorar la calidad en su administración (Reyes, A; Rodriguez, J. 2007:1).

2.1.15.1. Tipos de Administración.

Los gerentes se sirven de habilidades conceptuales, humanas y técnicas para cumplir las cuatro funciones de la administración: planear, organizar, dirigir y controlar en todo tipo de organizaciones, grandes y pequeñas, de manufactura o servicio, lucrativas y no lucrativas, tradicionales y de internet. Pero no todos los puestos son iguales. Los gerentes dirigen departamentos diferentes, trabajan en varios niveles de la jerarquía y cumplen diversos requisitos para dar un buen rendimiento.

2.1.15.2. Administración Internacional:

Se centra en la operación de Empresas Internacionales en países extranjeros. Trata temas administrativos que se relacionan con el flujo de personas, mercancías y dinero con el propósito final de administrar mejor en situaciones allende las fronteras nacionales estadounidenses.

2.1.15.3. Administración Comparativa:

Se define como el estudio y el análisis de la administración en diferentes ambientes y de las razones por las cuales las empresas obtienen resultados diferentes en diversos países. La administración es un elemento importante para el crecimiento económico y el mejoramiento de la productividad.

2.1.15.4. Administración por Objetivos:

Se práctica en todo el mundo. Sin embargo, a pesar de sus extensas aplicaciones, no siempre resulta claro lo que significa. Algunos siguen considerándola como una herramienta de evaluación; otros la contemplan como una técnica de motivación; por último hay quienes la consideran como un dispositivo de planeación y control.

En otras palabras, las definiciones y aplicaciones de la administración por objetivos varían ampliamente y, por consiguiente es importante destacar los conceptos desarrollados por lo tanto se puede definir como un sistema administrativo completo que integran muchas actividades administrativas fundamentales de manera sistemática, dirigido conscientemente hacia el logro eficaz y eficiente de los objetivos organizacionales e individuales **(Thompson, I. 2008: 5-6)**.

2.1.16. La Administración en la Tecnología:

La tecnología configura todas las especies y niveles de cargo de la empresa así como las oportunidades resultantes para los empleados y su satisfacción en el trabajo. La tecnología preestablece los estándares de comportamiento que los grupos humanos desarrollan y condiciona los tipos de prácticas administrativas que deberán aplicarse en situaciones particulares de la empresa. Por todo esto, comprender los efectos de la tecnología y sus implicaciones organizacionales, constituyen un efecto esencial para la

adecuación de la administración empresarial. La tecnología determina el nivel y el tipo de formación profesional.

2.1.17. Administración de la Producción y de Operaciones:

Una de las principales áreas en cualquier tipo de empresa, tanto si se trata de negocios, gobierno u otros, es la administración de la producción y las operaciones. En el pasado, el término empleado para hacer referencia a las actividades necesarias para la fabricación de productos era administración de producción. Sin embargo, en años recientes, el área se ha ampliado en general para incluir actividades como compras, almacenamiento, transportación y otras operaciones desde el abasto de materias primas y otras actividades diversas hasta llegar a un producto disponible para el comprador (Thompson, I. 2008: 5-6).

2.1.18. La Administración en un Entorno Global.

La administración ya no está obligada por fronteras nacionales. Los gerentes de organizaciones de todos los tipos y tamaños tienen las oportunidades y las dificultades de administrar en un entorno global. El comercio mundial no es nuevo. Durante siglos han comerciado países y organizaciones. “El comercio es esencial para la salud, la prosperidad y el bienestar social de los seres humanos”.

Cuando se permite que el comercio se desenvuelva libremente, los países se benefician de un crecimiento económico y del incremento de la productividad porque se especializan en producir los bienes que mejor hacen e importan los que se fabrican en otro lado. Dos fuerzas dan forma al comercio mundial: las alianzas comerciales, regionales y los acuerdos negociados por medio de la Organización Mundial de Comercio.

Saber administrar en el entorno global actual exigirá una increíble sensibilidad y comprensión. Los gerentes tendrán que estar conscientes de la impresión que causan sus decisiones y acciones, no solo entre quienes estén de acuerdo, sino particularmente entre los que disientan. Tendrán que adaptar sus estilos de liderazgo y métodos administrativos a dar cabida a varios puntos de vista. Y como siempre, deberán hacerlo sin dejar de ser eficientes y eficaces en la consecución de las metas de la organización **(Robbins, S; Coulter, M. 2005: 9)**.

2.1.19. Procesos Administrativos.

El proceso administrativo incluye las funciones de planeación, organización, dirección y control. La primera de ellas la planeación, prepara el escenario para las demás. Se trata de un proceso en el que se decide exactamente lo que uno quiere lograr el cuál es la mejor manera de hacerlo. Cuando la planeación se hace bien, crea una plataforma sólida para el trabajo administrativo posterior de organizar (asignar y ordenar los recursos para lograr tareas esenciales), dirigir (orientar los esfuerzos de los recursos humanos para asegurar los niveles elevados de logro de tarea), y controlar (monitorear el logro de tareas y comprender la acción correcta necesaria) **(Robbins, S; Coulter, M. 2005: 86-87)**.

2.1.20. Planeación.

Significa tomar las decisiones difíciles de que los acontecimientos nos obliguen a tomarlas y adelantarse a las necesidades futuras del mercado antes de que la demanda se imponga. Una estrategia que los gerentes de las organizaciones progresistas utilizan para tratar de adelantarse al futuro es el enfoque de calidad total de la planeación que implica escuchar a sus clientes y usar posteriormente esta información para una mejor aplicación.

Las metas de la organización, establecer estrategia general para alcanzarlas y trazar planes exhaustivos para integrar y coordinar el trabajo de la

organización. La planeación se ocupa tanto de los fines (que hay que hacer), como de los medios (como hay que hacerlo).

La planeación es formal e informal: la formal se define como metas específicas para abarcar varios años. Estas metas se escriben y participan a los integrantes de la organización. La informal en cambio todos los gerentes planean y en parte lo hacen informalmente. En la planeación informal nada está escrito y hay pocas metas (o ninguna) que se compartan en la organización.

La planeación es el proceso de toma de decisiones que centra su atención en el futuro de la organización y en la manera de lograr sus metas. Desde esta perspectiva, el establecimiento de los objetivos organizacionales necesariamente precede al desarrollo de los planes de la organización. Sin objetivos o metas, los planes tendrían poco sentido. Los objetivos ayudan a fijar el rumbo, a enfocar el esfuerzo, a guiar las conductas, y a evaluar los progresos. Resulta interesante que en ciertas ocasiones los administradores invierten demasiado tiempo en formular los objetivos, sin desarrollar los planes detallados que les permitan alcanzar sus metas.

2.1.21. Organización.

Es el proceso de coordinar personas y otros recursos para trabajar juntos a fin de lograr un objetivo. Siendo una de las funciones básicas de la administración, implica tanto la creación de una división del trabajo para realizar las tareas que deberán ejecutarse, como la coordinación de resultados para lograr un propósito común.

Las estructuras funcionales se agrupan formalmente a las personas que poseen habilidades similares y que ejecutan tareas parecidas. Las barreras funcionales son la falta de comunicación y coordinación entre las diferentes funciones.

Una organización es un grupo de personas que trabajan juntas para lograr un propósito común, al hacerlo sus miembros son capaces de lograr tareas que están más allá del alcance de una persona que actúa sola. Además, el propósito de cualquier organización es producir bienes y/o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes. Idealmente para que las organizaciones pudieran justificar su existencia, deberían producir algo útil para la sociedad

(Jhon, R; Schermerhorn, J. 2005: 136).

2.1.22. Estructuras organizacionales más comunes.

Es la distribución formal de los empleos dentro de una organización.

El diseño organizacional involucra decisiones de seis elementos: Especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y descentralización y formalización.

Especialización del trabajo, con este describimos el grado en el que las actividades de una organización se dividen en tareas separadas.

Departamentalización, agrupa los trabajos según las funciones desempeñadas.

Cadena de mando, es la línea continua de autoridad que se extiende de los niveles organizacionales más altos a los más bajos y define quién informa a quién.

Amplitud de control, determina el número de niveles y gerentes que tienen una organización.

Siempre que todo permanezca sin cambios, cuanto mayor sea la amplitud, más eficiente será la organización.

Centralización y descentralización, el concepto es relativo, no absoluto, es decir, una organización nunca es completamente centralizada o descentralizada.

Formalización, es el grado en que los trabajos de una organización están estandarizados, y en el que las normas y procedimientos guían el comportamiento de los empleados **(Hitt, M; Black, Stewart; Porter, Lyman.2006: 291-292)**.

2.1.23. Diseño de Organizaciones.

El diseño organizacional es el proceso de evaluar la estrategia de la organización y las demandas ambientales, para determinar la estructura organizacional adecuada. El objetivo final del diseño organizacional es crear estructuras que faciliten la implementación de estrategias. Es una actividad de solución de problemas que deben enfocarse de manera contingente o particular. Es decir, las estructuras deben diseñarse para que se adapten a las necesidades únicas de una organización o subunidad.

Existen los diseños burocráticos, adaptativos, orgánico.

Burocráticos, posee una autoridad centralizada, muchas reglas y procedimientos, una división precisa del trabajo, tramos de control estrechos y una organización formal.

Adaptativos, opera con un mínimo de características burocráticas y estimula la delegación de autoridad y el trabajo en equipo.

Orgánico, es descentralizado, posee muy pocas reglas y procedimientos, una división más abierta del trabajo, tramos de control más amplios y una coordinación más personal **(Hitt, M; Black, Stewart; Porter, L. 2006: 291-292)**.

2.1.24. Dirección.

Es el proceso por medio del cual se despierta el entusiasmo de la gente para trabajar fuerte y dirigir sus esfuerzos hacia el cumplimiento de los planes y el

logro de los objetivos. A través de la dirección los administradores construyen compromisos, alientan las actividades que respaldan las metas e influyen en otras personas para que realicen su mejor esfuerzo en beneficio de la organización **(Jhon, R; Schermerhorn, J. 2005: 140)**.

La función de la administración que consiste en motivar a los subordinados, influir en los individuos y los equipos mientras hacen su trabajo, elegir el mejor canal de comunicación y ocuparse de cualquiera otra manera del comportamiento de los empleados **(Robbins, S; Coulter, M. 2005: 89)**.

2.1.25. Administración de Recursos Humanos.

El departamento de capital humano hasta hace muy poco designados también como departamentos de recursos humanos o departamento de personal, es ayudar a las personas y a las organizaciones a lograr sus metas. En el curso de su labor este departamento enfrenta numerosos desafíos que surgen de las demandas y expectativas de los empleados, la organización y la sociedad.

En el siglo XXI la administración del capital humano encara nuevos desafíos, dada la creciente diversidad de la fuerza de trabajo y la globalización de la economía a escala mundial. Por lo tanto los departamentos de administración del capital humano toman en cuenta el considerable reto de los cambiantes entornos legales, al ver que las nuevas condiciones han forzado a muchos países latinoamericanos a una revisión fundamental de su legislación sobre materia laboral.

Dentro de este marco de referencia, el departamento de recursos humanos debe contribuir en gran medida a que la empresa obtenga sus metas, tanto en los parámetros éticos como en forma socialmente responsable **(Werther, W; Davis, K. 2008: 1-2)**.

2.1.26. Liderazgo.

El liderazgo se lo define como una influencia, es decir el arte o proceso de influir sobre las personas de tal modo que se esfuercen de manera voluntaria y entusiasta por alcanzar las metas de sus grupos. Idealmente las personas deben estar motivadas para aplicar en el trabajo no nada más su voluntad, sino también celo y confianza.

El celo es ardor, seriedad e intensidad en la ejecución de trabajo; la confianza es resultado de la experiencia y la pericia técnica. Los líderes ayudan a un grupo a lograr sus objetivos aprovechando al máximo sus capacidades. No se ponen detrás de un grupo para empujarlo y acicatearlo; se colocan adelante, a modo de facilitar el progreso e inspirar al grupo para lograr las metas organizacionales. Un buen ejemplo es el director de una orquesta, cuya función es producir un sonido coordinado y un tiempo correcto con el esfuerzo integrado de los músicos. La actuación de la orquesta dependerá de la calidad de liderazgo del director.

Los líderes anticipan el futuro, inspiran a los miembros de la organización y trazan el curso de la empresa. Todo grupo que se desempeña a casi su mayor capacidad tiene un jefe muy dotado en el arte del liderazgo. Esta habilidad está compuesta de por lo menos cuatro elementos principales:

El primer componente del liderazgo es el poder, aquí se expone la diferencia la diferencia entre poder y autoridad **(Werther, W; Davis, K. 2008: 1-2)**.

El segundo componente del liderazgo es el conocimiento básico de las personas. Como en las demás disciplinas, una cosa es conocer la teoría de la motivación, las fuerzas motivadoras y la naturaleza de un sistema de, motivaciones, y otra es tener la capacidad de aplicar este conocimiento a personas y situaciones.

El tercer componente del liderazgo es una excepcional capacidad para inspirar a los seguidores a que apliquen todas sus capacidades a un proyecto.

El cuarto componente del liderazgo tiene que ver con el estilo del líder y el ambiente que fomenta, la fuerza de la motivación depende en gran medida de las expectativas, de las recompensas percibidas, del esfuerzo que se prevé que sea necesario, la tarea y de otros factores que son parte del entorno (**Koontz, H; Wehrich, H. 2007: 310-311-312**)

2.1.27. Eficacia.

Los controles verdaderamente eficaces canalizan la energía humana para el mejoramiento del desempeño en el trabajo y no a tratar de burlar el sistema.

Los controles deben ser estratégicos y estar orientados hacia los resultados. Deben apoyar los planes estratégicos y concentrarse en actividades significativas que marquen una auténtica diferencia para la organización.

Los controles deben ser comprensibles. Deben apoyar la toma de decisiones al presentar datos en términos comprensibles; deben evitar estadísticas e informes complejos.

Los controles deben alentar el autocontrol y la participación de todas las implicadas.

Los controles deben ser oportunos y estar orientados hacia la excepción. Deben reportar rápidamente las desviaciones, explicar por qué ocurren las variaciones, y lo que se podría hacer para corregirlas.

Los controles deben ser por naturaleza positiva. Deben enfatizar el desarrollo, el cambio y el mejoramiento; deben reducir al mínimo el castigo y la sanción.

Los controles deben ser justos y objetivos. Todo el mundo debe considerarlos imparciales y exactos y deben ser respetados para un propósito fundamental: aumentar el desempeño.

Los controles deben ser flexibles. Deben permitir la elaboración de juicios personales, así como su modificación para adaptarse a las nuevas circunstancias conforme se vayan presentando **(Koontz, H; Weihrich, H. 2007: 310-311-312).**

2.1.28. Control.

El proceso de medición del desempeño laboral, comparando los resultados con los objetivos, y llevando a cabo acciones correctivas cuando sea necesario. Mediante el control, los administradores mantienen un contacto activo con la gente durante el curso de su trabajo, recaban e interpretan informes sobre su desempeño, y utilizan esta información para planear acciones y cambios constructivos **(Jhon, R; Schermerhorn, J. 2005: 160).**

Para el logro de sus objetivos, el director necesita mantener un adecuado conocimiento de la evolución de la empresa. A este fin es imprescindible que la información que le llegue sea suficiente, ágil y fiable. Así podrá mantener un adecuado nivel de control, tanto en lo referente al cumplimiento de sus objetivos como al grado de eficiencia de cada uno de los sectores de la empresa.

El control es el que regula el comportamiento de la organización empresarial. Para poder hacer efectivo el control sobre toda la empresa, el director debe poner en marcha sistemas que le aseguren obtener una información **(Gispert, C; Gàrriz, J; Navarro, J. 2007: 150).**

2.2. FUNDAMENTACION TEORICA.

2.2.1 Servicio al cliente.

Concepto: Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

2.2.1.1. Que servicios se ofrecerán.

Para determinar cuáles son los que el cliente demanda se debe realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer. Además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno.

Debemos tratar de compararnos con nuestros competidores más cercanos, así detectaremos oportunidades para adelantarnos y ser los mejores.

2.2.1.2. Qué nivel de servicio se debe ofrecer.

Ya se conoce qué servicios requieren los clientes, ahora se tiene que detectar la cantidad y calidad que ellos desean, para hacerlo, se puede recurrir a varios elementos, entre ellos; compras por comparación, encuestas periódicas a consumidores, buzones de sugerencias, número 800 y sistemas de quejas y reclamos. Los dos últimos bloques son el; suma utilidad, ya que maximizan la oportunidad de conocer los niveles de satisfacción y en qué se está fracasando.

2.2.1.3. Elementos Del Servicio Al Cliente

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Correspondencia

- Reclamos y cumplidos
- Instalaciones

2.2.2. Importancia del Servicio al cliente.

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa.

Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus administradores, ya que significa que el cliente obtendrá a las finales menores costos de inventario.

Contingencias del servicio el vendedor debe estar preparado para evitar que las huelgas y desastres naturales perjudiquen al cliente.

Todas las personas que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que afectan a éste representante de ventas al llamarle por teléfono, la recepcionista en la puerta, el servicio técnico al llamar para instalar un nuevo equipo o servicio en la dependencias, y el personal de las ventas que finalmente, logra el pedido. Consciente o inconsciente, el comprador siempre está evaluando la forma como la empresa hace negocios, cómo trata a los otros clientes y como esperaría que le trataran a él. **Peel, Malcolm. (1993), El Servicio al cliente, ediciones España.**

2.2.2.1. Estrategia del Servicio Al Cliente

- El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena.
- La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
- La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.

- La lealtad de los empleados impulsa la productividad.
- La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
- El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
- La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.
- La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

2.2.2.3. Mandamientos de la Atención al Cliente.

Las Empresas, dentro de su plan estratégico, posicionan a sus clientes por encima de todo. Muchas veces *esta*, sentencia no se cumple:

- El cliente por encima de todo es el cliente a quien debemos tener presente antes de nada
- No hay nada imposibles cuando se quiere a veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas, se puede conseguirlo lo que el desea.
- Cumple todo lo que prometas, son muchas las empresas que tratan, de engaños, de efectuar ventas o retener clientes.
- Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera. Cuando el cliente se siente satisfecho al recibir más de lo esperado.
- Para el cliente tú marcas la diferencia, las personas que tiene contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso hace la diferencia..
- Fallar en un punto significa fallar en todo. Puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero que pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega accidentada o si en el momento de empacar el par de zapatos nos equivocamos y le damos un número diferente, todo se va al piso.
- Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos. Los empleados propios son " el primer cliente" de una empresa, si no se les satisface a ellos como pretendemos satisfacer a los clientes externos, por ello las

políticas de recursos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.

- El Juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente. La única verdad es que son los clientes quienes, en su mente y su sentir lo califican, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.
- Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar. Si se logro alcanzar las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos, " la competencia no da tregua".
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo. Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la Satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

2.2.2.4. El control de los procesos de Atención al Cliente.

Cualquier empresa debe mantener un estricto control sobre los procesos internos de atención al cliente.

Está comprobado que más del 20% de las personas que dejan de comprar un producto o servicio, renuncian su decisión de compra debido a fallas de información de atención cuando se interrelaciona con las personas encargadas de atender y motivar a los compradores. Ante Esta realidad, se hace necesario que la atención al cliente sea de la más alta calidad, con información, no solo tenga una idea de un producto, sino además de la calidad del capital, humano y técnico con el que va a establecer una relación comercial.

2.2.2.5. Elementos.

- Determinación de las necesidades del cliente.
- Tiempos de servicio.
- Encuestas.
- Evaluación de servicio de calidad

- Análisis de recompensas y motivación

2.2.3. Las necesidades del consumidor.

La primera herramienta para mejorar y analizar la atención de los clientes es simplemente preguntarse como empresa lo siguiente:

¿Quiénes son mis clientes? Determinar con que tipos de personas va a tratar la empresa?

¿Qué buscarán las personas que voy a tratar? Es tratar de determinar las necesidades básicas, información, preguntas material) de la persona con que se va a tratar?

¿Qué servicios brinda en este momento mi área de atención al cliente? Determinar lo que existe?

¿Qué servicios fallan al momento de atender a los clientes? Determinar las fallas mediante un ejercicio de auto evaluación?

¿Cómo contribuye el área de atención al cliente en la fidelización de la marca y el producto y ¿cuál es el impacto de la gestión de atención al cliente? Determinar la importancia que es el proceso de atención tiene en la empresa.?

¿Cómo puedo mejorar? Diseño de políticas y estrategias para mejorar la atención. Con una estrategia para mejorar el servicio al cliente ya que dará una mayor aceptabilidad a sus clientes y podrán quedar satisfechos con la atención. **Stanley A. Brown. Relación con los clientes México 2001, Oxford University.**

2.2.4. Análisis de los ciclos de servicio

Consiste en determinar dos elementos fundamentales

Las preferencias temporales de las necesidades de atención de los clientes. Un ejemplo claro es el turismo, en donde dependiendo de la temporada se hace más necesario invertir mayores recursos humanos y físicos para atender a las personas.

Determinar las carencias del cliente, bajo parámetros de ciclos de atención Un ejemplo es cuando se renuevan suscripciones a revistas, en donde se puede mantener un control sobre el cliente y sus preferencias.

Encuestas de servicio con los clientes. Este fundamental, para un correcto control atención debe partir de información más especializada, en lo posible personal y en donde el consumidor pueda expresar claramente sus gerencias, dudas o quejas de manera directa.

Evaluación del comportamiento de atención

Tiene que ver con la parte de atención personal del cliente

2.2.4.1. Reglas importantes para las personas que atiende

- 1.- Mostrar atención
- 2.- Tener una presentación adecuada
- 3.- Atención personal y amable
- 4.- Tener a mano la información adecuada
- 5.- Expresión corporal y oral adecuada.
- 6.- Motivación y recompensas.

La motivación del trabajador es un factor fundamental en la atención al cliente. Ei ardí lición de atención y las competencias, nacen de dos factores fundamentales.

Valoración del trabajo: Hay que saber valorar el trabajo personalizado.

Motivación: Se deben mantener motivadas a las personas que ejercen la atención del trabajador

Instrumentos: Incentivos en la Empresa, condiciones laborales mejores, talleres de motivación integración dinámicas de participación.

Actividades:

- Actitud positiva: excelente comportamiento ante el cliente.
- Actitud Negativa: mal comportamiento ante el cliente.

2.2.4.2. Componentes Básicos del Buen Servicio

Si no se cuida lo básico, de nada servirán los detalles y los extras:

Seguridad.- Es bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio, que el cliente está buscando para su mayor seguridad y aceptabilidad. Todo cliente es lo que busca y no todas las empresas lo pueden ofrecer.

Credibilidad.- Hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y modestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar venta.

Comunicación.- Se debe mantener al cliente utilizando ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto el canal de comunicación cliente-credibilidad seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente – empresa.

Comprensión.- del cliente.- no se trata de sonreírles en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber que

desea, cuando lo desea y como lo desea en un caso sería por orientarnos en su lugar.

Accesibilidad.- Para Dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente en sitio, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización.

Para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia son de establece acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

Cortesía.- Tensión, simpatía, respecto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie.

Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindarles una gran atención

Profesionalismo.- pertenencias de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerda que no solo las personas que se encuentran en el frente hacen el servicio si no todos.

Capacidad de respuesta.- Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.

Fiabilidad.- Es a la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contraer problemas. Este componente **se** ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.

Elementos tangibles.- Se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente **Peel, Malcom. (1993), El Servicio al cliente, Ediciones, España.**

2.2.5. Los siete Instrumentos del Análisis del Valor para el Clientes

Bradley T. Gale argumenta del valor de los clientes Si usted quiere competir en el futuro, tendrá que saber más que nunca. Si quiere ganar, todo su equipo administrativo tendrá que saber más que sus competidores sobre:

- Clientes
- Mercados
- Competidores
- Tecnologías
- Procesos

Y su equipo tendrá que saber cómo aplicar mejor esos conocimientos.

La administración basada en los hechos" representa el camino que lleva a la desventaja competitiva. Sin embargo, muchas compañías no pueden administrar basándose en los hechos. Los ejecutivos de diferentes partes del negocio hablan diferentes idiomas. El resultado, el equipo no logra alcanzar un consenso en cuanto a los hechos y, en última instancia, "el jefe" toma de decisión basándose en sus propios criterios subjetivo.

Con frecuencia, algunos miembros del equipo ni siquiera entienden una decisión lo bastante bien como para poner en práctica la parte que les corresponde.

En este capítulo y el siguiente, le enseñaremos a administrar la información a efecto de que usted pueda administrar el valor para cliente el cliente. Así pues, en cierto sentido, estos capítulos son culminación del libro.

2.2.5.1. El perfil de la calidad percibida por el mercado.

El perfil de calidad percibida por el mercado es la médula del análisis del valor para el cliente. Para crear un perfil de la calidad percibida por el mercado se deben seguir varios pasos:

En tribunas, como podrían ser los "focus groups", pida a los clientes del mercado que tiene en la mira tanto a sus clientes como a las de la competencia - que hagan una lista de factores, parte del precio, que son importantes para sus decisiones de la compra.

Establezca el precio que tienen los diversos atributos de la calidad para la decisión de compra, normalmente con solo pedir a los clientes que le digan qué peso conceden a los diversos factores distribuyendo 100 puntos entre ellos. Pida a los clientes bien informados - tanto suyos como de la competencia - que le indiquen cuál es su desempeño con relación a las diversas atribuciones de la calidad.

Después, toma cada atributo y divida la calificación del producto o servicio sujeto a estudio entre las calificaciones de los productos de los competidores, esto le producirá la razón del desempeño para ese atributo. Multiplique cada razón por el peso de ese atributo. Por último, sume los resultados para obtener la calificación de la calidad percibida por el mercado.

La calificación de la calidad percibida por el mercado es el indicador aislado más importante de lo bien que opera usted, según opinión de los clientes del mercado que tiene en la mira.

Los atributos de la calidad están clasificados por la orden de su etapa en el ciclo de vida del atributo, desde su arranque hasta la decadencia. Este orden funciona bien en mercados dinámicos, donde los atributos de la calidad cambien con rapidez.

2.2.5.2. El perfil del precio percibido por el mercado

El perfil del precio percibido por el mercado es el segundo de los instrumentos principales del análisis del valor para el cliente.

La preparación de un perfil de precio percibido por el mercado es justo igual a la preparación de la calidad percibida por el mercado. Sin embargo, en lugar de pedir a los clientes que hagan una lista de los factores que afectan su percepción de la calidad de un producto se les piden que hagan una lista de los factores que afectan su percepción de cuánto les cuesta el producto. A continuación se les piden que adjudiquen un peso de cada uno de ellos y se clasifique cómo perciben el desempeño de diferentes competidores en cuanto a cada uno de los atributos del precio.

En algunas industrias donde el precio se entiende con claridad, el perfil del precio podrá resultar innecesario. Sin embargo, en la mayor parte de los negocios tiene una suma importante. Se trata de un perfil del precio más completo que la versión que se introdujo porque, no solo demuestra la razón del precio relativo calculado a partir de los datos de la satisfacción del cliente, sino algunas otras medidas también.

2.2.6. El mapa del valor para el cliente

El siguiente instrumento, el mapa del valor para el cliente, le ofrece un claro panorama de como el cliente su decisión para elegir de entre varios proveedores.

2.2.6.1. El análisis

El siguiente instrumento es muy sencillo, pero pocas organizaciones lo aplican con regularidad. Es un análisis de lo ganado perdido en las batallas

competitivas recientes. Cuando se pide a los ejecutivos que realicen un análisis de lo ganado perdido para seguir la pista de los resultados de las confrontaciones principales con la competencia, las respuestas más frecuentes son, "Ya lo hacemos" o " Ya lo hicimos pero no funciona". Por consiguiente, lées pido que me muestren su análisis de lo ganado perdido.

Rara vez me puedo enseñar un análisis cuidadoso. Con frecuencia, el único combate competitivo que ganó la organización se ganaron porque "Hicimos una increíble labor de venta". Las últimas pérdidas se dieron cuenta porque "los otros bajaron sus precios por los suelos". Un análisis de lo ganado perdido que valen la pena exige mayor atención. Si usted hizo " una magnífica labor de ventas", ¿Cuáles fueron los puntos clave que aplico para que las cosas salieran a su favor? Estas pueden ser pistas importantes para los atributos de calidad que impulsen, en un futuro, el mercado que tiene la mira.

2.2.6.2. Una gráfica de áreas, competitiva, del valor para el cliente

La gráfica de área frente a frente, del valor para el cliente es una muestra explícita de los puntos donde usted está funcionando bien y aquellos donde está funcionando mal en comparación con un único competidor. Este tipo de gráfica es crucial para ayudar a decidir donde tiene que mejorar el desempeño y cómo debe tratar de cambiar los pesos de la importancia o de concentrarse en segmentos donde estos pesos le favorezcan.

2.2.6.3. Un horizonte de tiempo de los sucesos clave

Un horizonte de tiempo de los sucesos clave es un instrumento de vital importancia para la planeación estratégica que usan muy pocas empresas. Este instrumento le permitirá entender mejor cómo sus actos y los de sus competidores cambian la percepción del mercado en cuanto al desempeño de cada uno de los atributos de la calidad y como estos actos cambian los pesos la importancia relativa de los atributos clave de la calidad.

Para poder conocer algo, es vital que usted conozca que los cambios en el valor par el cliente que usted ofrece de hecho afectar, la participación del mercado. Uno de los sucesos más dramáticos que hayan golpeado el mercado de los autos de lujo en los pasados diez años fue la muy esperada entrada de un competidor japonés. Honda Motors entró en ese mercado con una división y marca nueva.

2.2.6.4. Una matriz qué quién

La matriz qué quién es un método para seguir la pista de quién es el encargado de los actos que permitirán el éxito en el terreno del valor para el cliente. La matriz indica que proceso de término de desempeño, en comparación con la competencia., en cada uno de los atributos calidad. En caso de un competidor concreto, también debe indicar quién " es propietario" del proceso y carga con la mayor responsabilidad para influir en nuestro desempeño en comparación con la competencia. Este dueño del proceso es el responsable de coordinar los diferentes procesos y funciones que se quieren para mejorar el desempeño en comparación con los competidores. **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 (1997) 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 es 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.

2.3. FUNDAMENTACION LEGAL.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua. Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Art. 315.- El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas.

Las empresas públicas estarán bajo la regulación y el control específico de los organismos pertinentes, de acuerdo con la ley; funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión, con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales.

Los excedentes podrán destinarse a la inversión y reinversión en las mismas empresas o sus subsidiarias, relacionadas o asociadas, de carácter público, en niveles que garanticen su desarrollo. Los excedentes que no fueran invertidos o reinvertidos se transferirán al Presupuesto general del estado.

Estatutos de la fundación “Quevedo es mi ciudad”

CAPITULO I

Antecedentes:

Art. 1.- En materia de Planeamiento y Urbanismo, le compete a la Municipalidad de Quevedo, elaborar programas y proyectos específicos a realizarse en el catón, con el objeto de cumplir funciones señaladas en la Ley de régimen Municipal, teniendo en cuenta el armónico desarrollo urbano, que entre tales proyectos conste el de invaluable beneficio como es el de regeneración, revalorización y mantenimiento de los Malecones de la Parte Central de la ciudad de Quevedo y de san Camilo, que dan acceso al cauce del Rio Quevedo, en ambas orillas tanto este como oeste, para lograr el mejoramiento arquitectónico, paisajístico y turístico de Quevedo y la calidad de vida de sus habitantes:

Art 2.- Para llevar a cabo este propósito se requiere gestionar y administrar los recursos económicos necesarios, de manera especial, de aquellos provenientes de las donaciones que hacen las personas en el Ecuador del 25% del pago del Impuesto a la Renta en cada año, aplicando en lo dispuesto en el Art. 1 la Ley que regula la Distribución de las Donaciones Voluntarias de ese 25% que se encuentra publicada en el R.O No 716, del 2 de diciembre del 2002 y el Art 50, reformado, de la Ley de Régimen Tributario Interno, publicado en el R.O No. 325 del 14 de mayo del 2001.

Art. 3.- La ley de modernización del Estado en sus Arts. 41 y 42, literal b), hace referencia a la delegación de funciones a las personas naturales o jurídicas, de carácter privado, para la realización y prestación de servicios públicos, que pueden ser prestadas por corporaciones, fundaciones, etc., y en las cuales puede haber la aportación total o parcial de capital o bienes de las instituciones del estado, debiendo esta delegación sujetarse al régimen legal e el cumplimiento de obligaciones por parte de las organizaciones jurídicas de derecho privado. El I. Concejo Cantonal de Quevedo, para cumplir con el propósito señalado en el Art.1 de este Estatuto y en atención a que estas obras puedan llevarse a cabo en forma más rápida, mediante este sistema de estatuto, en sesiones ordinarias de 6 y 13 de junio del 2003, ha resuelto la creación y funcionamiento de la Fundación Municipal “Quevedo es Mi Ciudad” en la cual debe intervenir la municipalidad como integrante principal, invitando a formar parte de ella a las mas importantes instituciones privadas de este cantón, autorizando al Alcalde señor Marco Cortés Villalba y al Procurador Sindico Municipal, para que en su nombre y representación, integren dicha fundación, en las calidades que ostentan con la obligación de informar en forma periódica al concejo o cuando sea solicitados por este, sobre la ejecución de las obras antes mencionadas o sobre la inversión de sus recursos económicos.

CAPITULO II

Del nombre, naturaleza, nacionalidad, Domicilio y Duración.

Art.4.- Crease la Fundación “Quevedo es Mi Ciudad”, con el patrocinio del Concejo Municipal de Quevedo, y la participación de las siguientes instituciones privadas como Cámara de Comercio de Quevedo, Universidad Técnica estatal de Quevedo, Junta Cantonal de Defensa Civil, Colegio de Ingenieros Civiles de Los Ríos con sede en Quevedo; Colegio de Arquitectos de Los Ríos con sede en Quevedo, Sindicato de Choferes Profesionales de Quevedo, Colegio de Periodistas de Los Ríos, Asociación de Productores de Ciclo Corto APORCICO, Fundación pro desarrollo integral de San Camilo, como organización de derecho privado, sin fines de lucro, de servicio social y publico,

de las reguladas por el Título XXIX del Libro Primero del Código Civil Ecuatoriano.

Art. 5.- Su nacionalidad es Ecuatoriana y su domicilio será el cantón Quevedo, durará noventa años y podrá ampliarse el plazo para otro tiempo igual, según como resuelva la Asamblea.

CAPITULO III

De los fines.

Art. 6 La Fundación “Quevedo es Mi Ciudad”, tiene como finalidad la regeneración, revalorización, construcción, mantenimiento y administración de los Malecones de la parte central de la Ciudad de Quevedo, y de San Camilo, que dan acceso al cauce del Rio Quevedo, en ambas orillas y sus áreas adyacentes, como obras prioritarias, pudiendo llevar a cabo directa o indirectamente en dichas áreas, distintas obras que presten importantes servicios a la comunidad de Quevedo, contratando con tal objeto con personas naturales o jurídicas.

Art. 7.- Por tratarse de una Fundación Municipal, que se sustentará con fondos públicos y privados, con aportes de la Municipalidad del cantón Quevedo y de otras entidades, coordinará la realización de obras con el Concejo cantonal a través del Alcalde, previa la planificación completa, con programas específicos, elaborados por los distintos departamentos Municipales y/o los de la Fundación, de acuerdo a las normas establecidas en la Ley de régimen Municipal.

Para cumplir con este objetivo, la Municipalidad puede sugerir o solicitar a la Fundación que lleve a cabo las obras de mantenimiento urbano que considere puede hacerlo dentro de su capacidad de gestión, en las áreas de los malecones mencionados.

Art. 13.- Para cumplir los fines propuestos, la fundación podrá:

a.- realizar los actos, convenios y contratos permitidos por la Ley, con personas naturales o jurídicas, incluyendo importación y exportación de bienes relacionados con sus objetivos, celebración de contratos de fideicomisos o de encargo fiduciario:

b.- solicitar, gestionar y recibir asignaciones, inversiones, legados o herencias, así como contribuciones de orden lícito, en numerario o bienes muebles o inmuebles en servicios técnicos, tanto de personas naturales como jurídicas, nacionales y extranjeras, públicas o privadas, de organismos internacionales y nacionales y aportes estatales de cualquier naturaleza.

c.- Podrá adquirir gravar, arrendar o enajenar sus bienes propios;

d.- para el mejor cumplimiento de sus propósitos podrá obtener la asesoría de personas naturales o jurídicas o de cualquier organización pública que tengan experiencia y conocimientos en la materia de obras públicas;

e.- Publicitar y difundir, por los medios periodísticos u otros, sobre las obras que se realicen;

f.- Llevar a cabo cuanta actividad lícita esté a su alcance para el cumplimiento de su objetivo.

Art. 14.- Cumplidas las obras encomendadas por la Municipalidad o realizadas por su propia iniciativa, serán mantenidas y administradas por la Fundación.

Art. 15.- Cada institución que integra la Fundación enviará a su representante oficial que participe a nombre de ella, con la debida comunicación, haciendo conocer el número del Acuerdo Ministerial respectivo de su fundación y la fecha de la misma. En caso de cambio de representante, se hará conocer de este particular.

Se reconoce la siguiente categoría de miembros:

- a) Fundadores.- son las personas jurídicas que han suscrito el acta de constitución de la fundación, quienes tendrán derecho a voz y voto en la Asamblea y serán conocidos como miembros activos.
- b) Miembros honorarios.- son aquellas personas naturales o jurídicas designadas por el Directorio, en razón de sus meritos y colaboración prestada a la Fundación;

Art. 16.- Son deberes y funciones de los miembros activos:

- a) Asistir cumplidamente a las reuniones de la Asamblea y cumplir con las disposiciones encomendadas;
- b) Cumplir y hacer cumplir con lo dispuesto en este estatuto y las leyes conexas con sus funciones, los reglamentos que se expidieren y las resoluciones de la Asamblea.
- c) Participar directamente o a través de sus delegados en la elaboración de planes y proyectos y en la ejecución de las obras acordadas y cumplir con las comisiones encomendadas.

Art. 17.- son derecho de los miembros activos:

- a) Elegir o ser elegidos de acuerdo con lo dispuesto en este estatuto.
- b) Participar con voz y con el número de votos que a cada uno le corresponda de acuerdo a este estatuto en las resoluciones de las Asambleas;
- c) Lo demás que consten en este estatuto y los reglamentos que se dictaren

Art. 18.- La Fundación como ente jurídico es responsable de sus actuaciones y del cumplimiento de sus obligaciones.

Los miembros integrantes no adquieren responsabilidad alguna por las obligaciones contraídas por la Fundación, igual que las personas donantes o contribuyentes, ni directa ni indirectamente, ni en forma solidaria ni subsidiaria, por tanto no darán derecho a los acreedores a demandar, ni en todo, ni en parte, a ninguno de los miembros, ni dará acción sobre los bienes propios de ellos, sino que cualquier acción se deberá seguir sobre los bienes que conforman el patrimonio de la Fundación.

Art. 19.- las personas encargadas de la administración y ejecución de obras o manejo de sus fondos o bienes, son responsables por sus actos, ya sea en orden civil o penal.

Art. 20.- Son órganos de la dirección y administración de la Fundación:

- a) La Asamblea
- b) El Directorio
- c) La comisión Ejecutiva
- d) El presidente
- e) El Vicepresidente
- f) El Gerente General

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nunca olvides que basta una persona o una idea para cambiar tu vida para siempre, ya sea para bien o para mal

Brown, J:

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

En el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó el método **Analítico – Sintético** mismo que nos ayudó a distinguir los elementos del fenómeno y luego a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado, buscando toda la información bibliográfica, documental, reportes, estadísticas, estudios, etc., que exista sobre cada componente del tema para su análisis y comprensión dando como resultado final el resumen (sintetización) de la información en los aspectos más primordiales que sean aplicables a la realidad del trabajo a realizarse en Fundación Quevedo es mi ciudad. Es una investigación no experimental,

Además se aplicó la **descriptiva** que ayudó en el desarrollo de nuestro tema propuesto, realizamos un esquema global sobre la situación real y actual del problema, como su interpretación racional y posterior análisis objetivo de los actores intervinientes en el fenómeno.

Totalizando la información en un diseño descriptivo, propositivo, inductivo y deductivo.

3.1.1. Método Descriptivo.- permitió conocer cuáles son los procedimientos y normas administrativas y de servicio que posee la Fundación.

3.1.2. Método Propositivo.- la investigación permitió determinar una propuesta que contribuya a mejorar los procesos administrativos de la Fundación y de esta manera garantizar mejores servicios para sus clientes.

3.1.3. Método Inductivo.- Se aplicó el método inductivo para indagar a la población estudiada, con apoyo de estimaciones de una muestra representativa de los usuarios que visitan el malecón y los locales comerciales en estudio. Con esta información se determinarán situaciones concretas que serán analizadas y sistematizadas de manera científica.

3.1.4. De campo.- La investigación de campo permitió el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad se tomará contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos planteados.

3.1.5. Bibliográfica-Documental.- Para el desarrollo de la presente en la Fundación fue necesario la aplicación de la investigación bibliográfica o documental ya que se basa en la utilización de documentos y datos anteriores para recolectar, analizar y presentar resultados coherentes sobre el tema de investigación.

3.1.6. Diseño de investigación.- El estudio de esta investigación es de carácter no experimental, puesto que en esta se observarán las situaciones existentes, es decir, el aporte, surgimiento, estabilidad, crecimiento y desarrollo del sector.

En correspondencia a la investigación se observará en el período definido en la indagación el comportamiento de la cartera de crédito, sus tasas de crecimiento, la recuperación, la inversión, etc.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. Población.- La población de estudio está compuesta por el personal administrativo de la fundación como los usuarios del malecón Eloy Alfaro de la ciudad de Quevedo.

3.2.2. Muestra.- Para determinar la muestra se considera la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Muestra, Z = Nivel de Confianza, P = Probabilidad de ocurrencia, Q = Probabilidad de no ocurrencia, N = Población, E = Error de muestreo.

Para la población del personal administrativo de la fundación como los usuarios del malecón Eloy Alfaro aplicaremos un grado de certeza del 95%, se obtiene una muestra de 895 usuarios.

Datos:

Z = 1.96 (nivel de confianza 95%)

P = 0.5

Q = 0.5

N = 895

E = 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 895}{(895 - 1) 0.05^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 269$$

La muestra fue elegida según el proceso de números aleatorios, es formulada de manera que cada elemento o persona de la población tenga la misma oportunidad de ser incluida en la misma.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES / INDICADORES
Calidad de servicios	Las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entrega a los clientes que nos compran o contratan. La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad.	1. Intangibilidad	1.1. No pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra
		2. Heterogeneidad	2.1. Nunca serán idénticos o iguales
		3. Inseparabilidad	3.1. Producción y el consumo son parcial
		4. Perecibilidad	4.1. No se pueden almacenar 4.2. Servicio no prestado, no se puede realizar en otro momento
		5. Ausencia de propiedad	5.1. Compradores de servicios
Proceso Administrativo y de servicio	Los partidarios de la escuela del proceso administrativo consideran la administración como una actividad compuesta de ciertas sub-actividades que constituyen el proceso administrativo único.	6. Funciones fundamentales	6.1. Planeación 6.2. Organización 6.3. Ejecución 6.4. Control
Servicio	Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente	7. Tipos	7.1. Servicios públicos y privados 7.2. Servicios de mantención 7.3. Servicios de reparto 7.4. Servicios de arriendo 7.5. Servicios de talleres
Atención a los habitantes	El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios	8. Funciones	8.1. Precio razonable 8.2. Atención amable y personalizada 8.3. Posibilidad de comprar a crédito
Dificultades administrativas.	Los problemas que enfrentan las micro y pequeñas empresas son diferentes a los de las medianas y grandes. Generalmente lo que se busca es la solución, sin importar cuál sea el procedimiento.	9. Desconocimiento de la misión y la visión	9.1. Falta de compromiso de los empleados 9.2. Contratación de mano de obra no calificada 9.3. Mala atención al público 9.4. Falta de planeación 9.5. Falta de control
Cumplimiento de las funciones	Ordenar la instrucción de procedimientos administrativos, auditorías, revisiones,	10. Política	10.1. Fijar 10.2. Ejecutar 10.3. Controlar

	investigaciones a servidores públicos, proveedores, contratistas y terceros, cuando esté involucrado el interés público.		10.4. Evaluar
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------

3.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Se recogió y estudio la información documental e histórica que permitan Identificar la incidencia de la calidad del servicio en el grado de satisfacción de los usuarios en la fundación Quevedo es mi ciudad 2012.

Adicionalmente en la investigación se desarrollaron encuestas debido a que es una de las técnicas de recaudación de informaciones más utilizadas, pese a las limitaciones por el sesgo de las personas encuestadas.

Las encuestas se establecieron en el cuestionario o grupo de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de los administradores y usuarios del malecón Eloy Alfaro de la ciudad de Quevedo.

3.7. PROCEDIMIENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN

1. Definición de los objetivos propuestos en la investigación.
2. Determinación de las hipótesis y sus variables.
3. Selección de la población o muestra objeto de estudio.
4. Definición de las técnicas de recolección de información.
5. Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente.
6. Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
7. Tabulación de datos: manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.
8. Generación de conclusiones y discusiones de los resultados logrados y relación con las hipótesis planteadas.

3.8. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Esta investigación desarrollo las encuestas a todo el universo conformado por el personal administrativo y usuarios del malecón Eloy Alfaro, previo el consentimiento de los mismos

3.9. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.

La información obtenida en las encuestas se procesó en hojas de cálculo creadas con Excel y en el programa estadístico SPSS 15.0, instrumentos que propiciarán el diseño de cuadros y gráficos apropiados para la investigación.

1. Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
2. Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
3. Comprobación de hipótesis, para la comprobación de la misma se utilizará el método adecuado, ya que éste se aplica cuando las variables de estudio son cualitativas

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LAS HIPÓTESIS.

Mira dos veces para ver lo justo. No mires
más que una vez para ver lo bello

Amiel, Henri Frédéric

4.1. ENUNCIADO DE LAS HIPÓTESIS.

Las siguientes hipótesis y variables fueron los elementos de trabajo que permitieron orientar la presente investigación relacionada con la incidencia que tienen las decisiones administrativas, financieras y de servicios en la Fundación Quevedo es mi Ciudad,

4.1.1. Hipótesis General:

Una adecuada gestión administrativa financiera incide positivamente en la calidad del servicios de la fundación Quevedo es mi Ciudad.

Variable Independiente: Calidad del servicio.
Variable Dependiente: Gestión administrativa financiera.

4.1.2. Hipótesis Específica 1:

Los escasos servicios que brinda el malecón administrado por la Fundación Quevedo es mi Ciudad incide negativamente en la satisfacción de los usuarios.

Variable Independiente: Servicio brindados.
Variable Dependiente: Satisfacción de usuarios.

4.1.3. Hipótesis Específica 2:

Las dificultades administrativas financieras inciden negativamente en el cumplimiento de las funciones de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

Variable Independiente: Dificultades administrativas financieras.
Variable Dependiente: Cumplimiento de las funciones.

4.1.4. Hipótesis Específica 3:

Los insuficientes recursos financieros inciden negativamente en la ejecución de obras del malecón de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

Variable Independiente: Insuficientes recursos financieros.

Variable Dependiente: Ejecución de obras.

4.2. ENCUESTAS REALIZADAS A LOS USUARIOS DE LA FUNDACION QUEVEDO ES MÍ CIUDAD.

Pregunta 1.

¿Qué tipos de servicios ha utilizado usted en las instalaciones de la Fundación Quevedo es mi Ciudad (malecón Eloy Alfaro).?

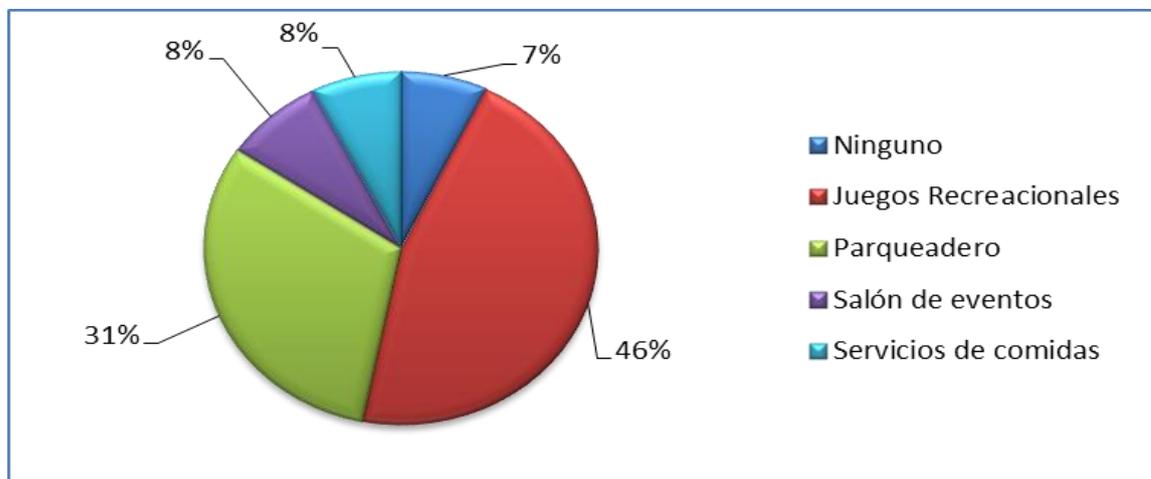
Cuadro 1. Servicios utilizados en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

SERVICIOS UTILIZADOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguno	19	7,06%
Juegos Recreacionales	124	46,10%
Parqueadero	84	31,23%
Salón de eventos	22	8,18%
Servicios de comidas	20	7,43%
TOTAL	269	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 1. Servicios Utilizados.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 1 se pudo observar que el 46% de los encuestados han utilizado los juegos recreativos, el 31% el parqueadero, el 8% el salón de eventos, el 8% servicios de comidas mientras que un 7% no ha utilizado las instalaciones de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

Pregunta 2

Del servicio que utilizó, considera usted que la Fundación Quevedo es mi Ciudad cuenta con el suficiente espacio físico para el desarrollo de sus actividades.

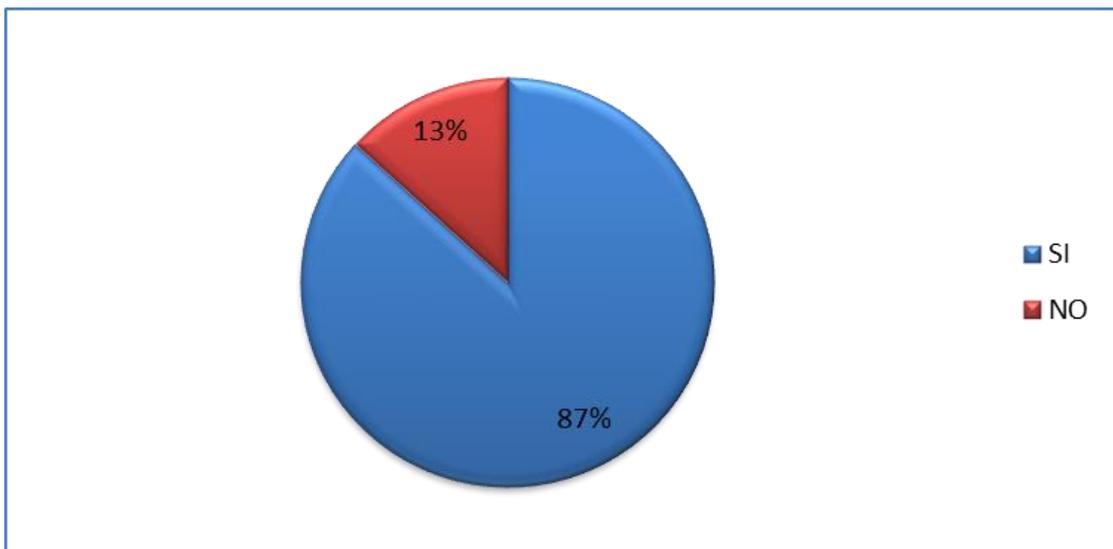
Cuadro 2. Espacio físico de la Fundación Quevedo es mi Ciudad

ESPACIO FISICO	VALORES	PORCENTUAL
SI	217	86,80%
NO	33	13,20%
TOTAL	250	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 2. Espacio físico.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 2 vemos que el 87% de los encuestados consideran que la Fundación Quevedo es mi Ciudad cuenta con el espacio suficiente para el desarrollo de sus actividades, mientras que el 13% dicen que no cuenta.

Pregunta 3

¿Cómo califica usted la calidad del servicio que brinda la Fundación Quevedo es mi ciudad en el manejo de sus instalaciones?

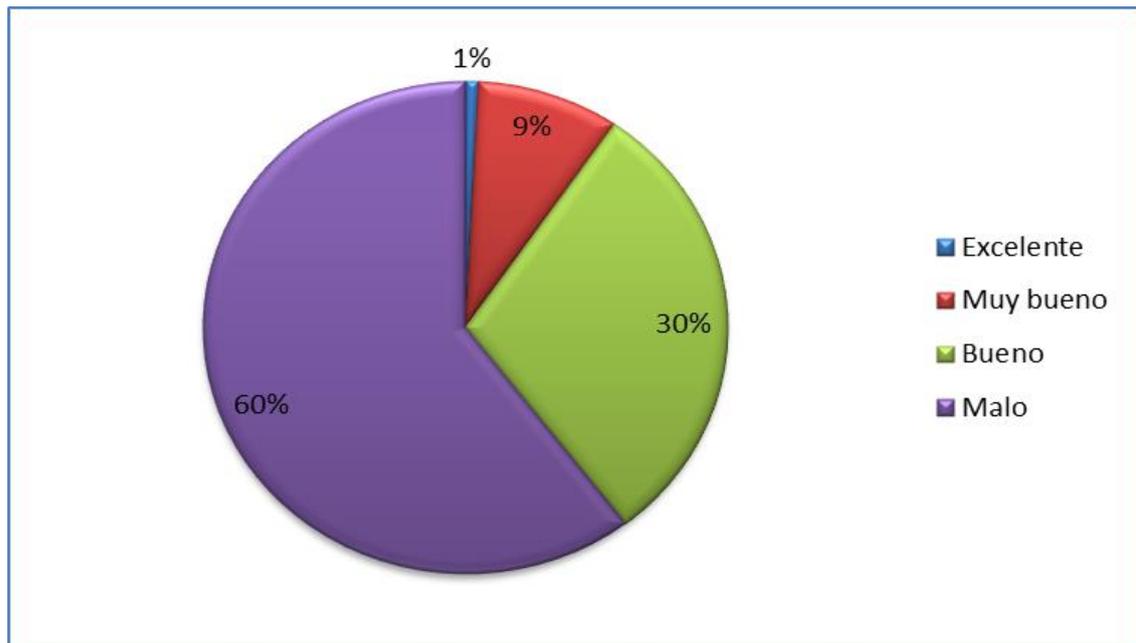
Cuadro 3 Calidad del servicio de la Fundación Quevedo es mi ciudad.

CALIDAD DEL SERVICIO	VALORES	PORCENTUAL
Excelente	2	0,80%
Muy bueno	22	8,80%
Bueno	75	30,00%
Malo	151	60,40%
TOTAL	250	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 3. Calidad del servicio



Análisis e interpretación:

En el gráfico 3 observamos que el 60% de los encuestados consideran que la calidad de servicio que brinda la Fundación Quevedo es mi Ciudad es mala seguido del 30% que es bueno, el 9% muy bueno y el 1% que es excelente, lo que conlleva a preparar mejor al personal administrativo y operativo al momento de brindar dicho servicio a nuestros usuarios.

Pregunta 4

¿Considera usted que el personal operativo de la Fundación Quevedo es mi Ciudad está capacitado para brindar el servicio en sus instalaciones?

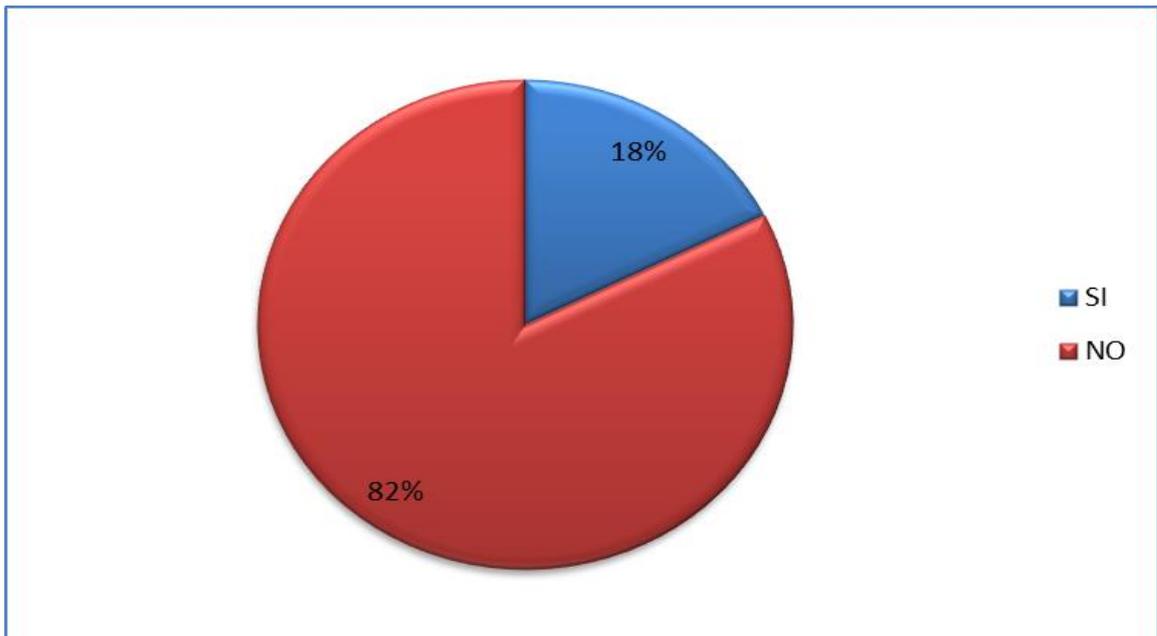
Cuadro 4 Personal operativo capacitado de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

PERSONAL CAPACITADO	VALORES	PORCENTUAL
SI	44	17,60%
NO	206	82,40%
TOTAL	250	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 4. Personal capacitado.



Análisis e interpretación de resultados:

En el gráfico 4 podemos observar que el 82% de los encuestados consideran que el personal operativo de la Fundación Quevedo es mi Ciudad no está capacitado para brindar el servicio en sus instalaciones, mientras que el 18% dicen que sí, por lo que se requiere capacitar al personal en lo que corresponde servicio al cliente.

Pregunta 5

¿Cómo califica usted el servicio de seguridad que brinda la Fundación Quevedo es mi Ciudad?

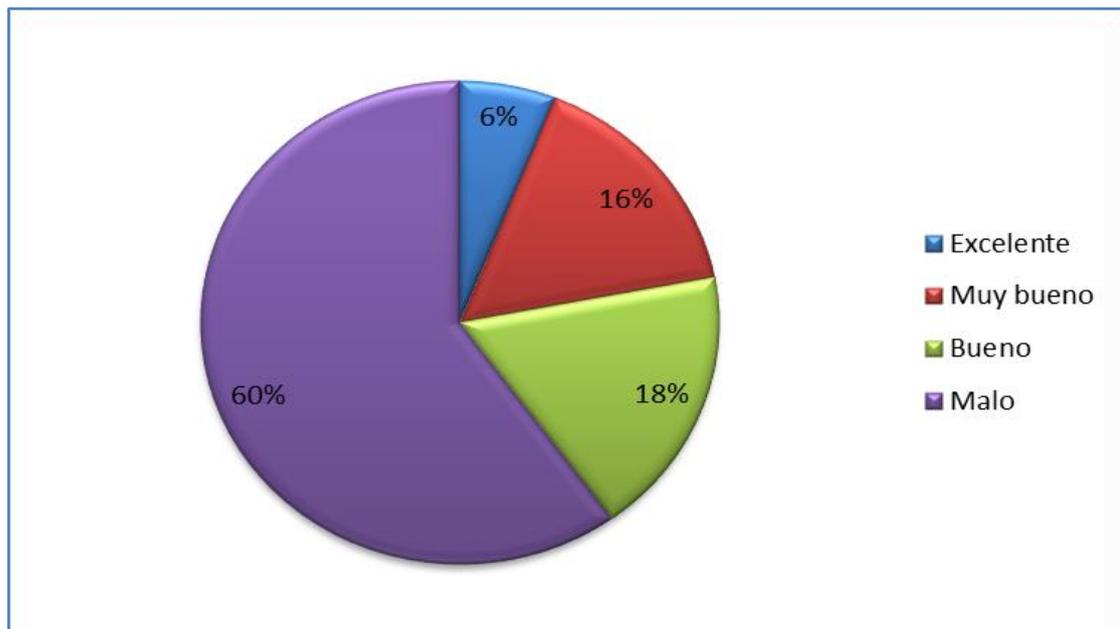
Cuadro 5. Seguridad de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

SERVICIO DE SEGURIDAD	VALORES	PORCENTUAL
Excelente	15	6,00%
Muy bueno	40	16,00%
Bueno	45	18,00%
Malo	150	60,00%
TOTAL	250	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 5. Servicio de seguridad.



Análisis e interpretación de resultados:

En el gráfico 5 observamos que el 60% de los encuestados consideran que la Fundación Quevedo es mi Ciudad cuenta con una mala seguridad, seguida del 18% de buena, el 16% muy buena y apenas el 6% de excelente, esta respuesta puede ser por la falta de contratación de guardias de seguridad.

Pregunta 6

¿Considera usted que las actividades realizadas por la administración de la Fundación Quevedo es mi Ciudad es?

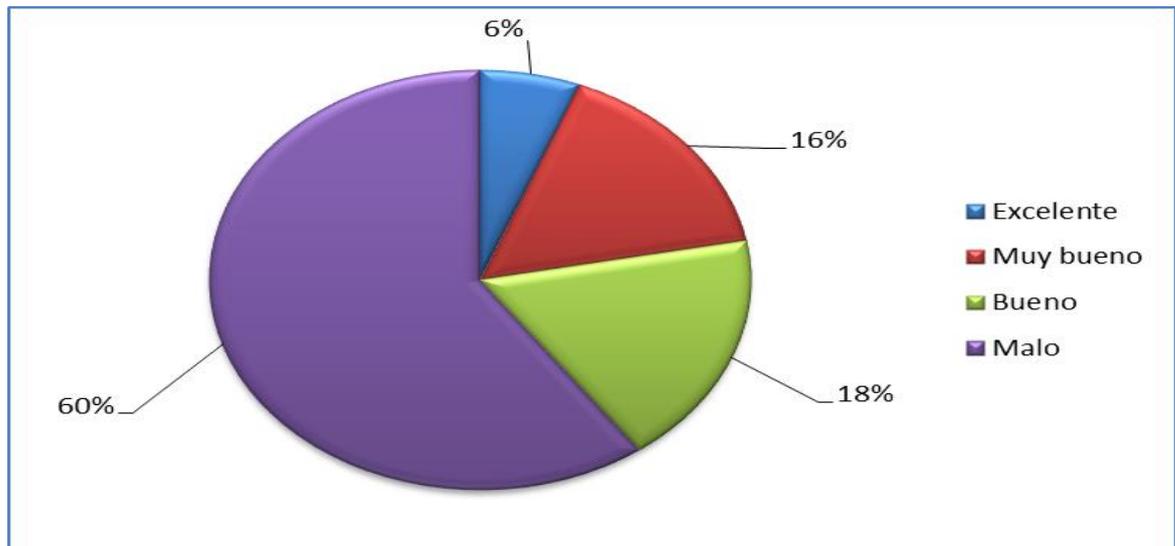
Cuadro 6. Actividades administrativas de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

ACTIVIDADES REALIZADAS	VALORES	PORCENTUAL
Excelente	15	6,00%
Muy bueno	40	16,00%
Bueno	45	18,00%
Malo	150	60,00%
TOTAL	250	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 6. Actividades realizadas.



Análisis e interpretación de resultados:

En el gráfico 6 podemos observar que el 60% de los encuestados consideran que las actividades realizadas por Fundación Quevedo es mi Ciudad es mala, seguida del 18% buena, el 16% muy buena y un 6% de excelente, esto indica que se debe mejorar las actividades administrativas de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

Pregunta 7

¿Considera usted qué la Fundación Quevedo es mi Ciudad cuenta con una administración?

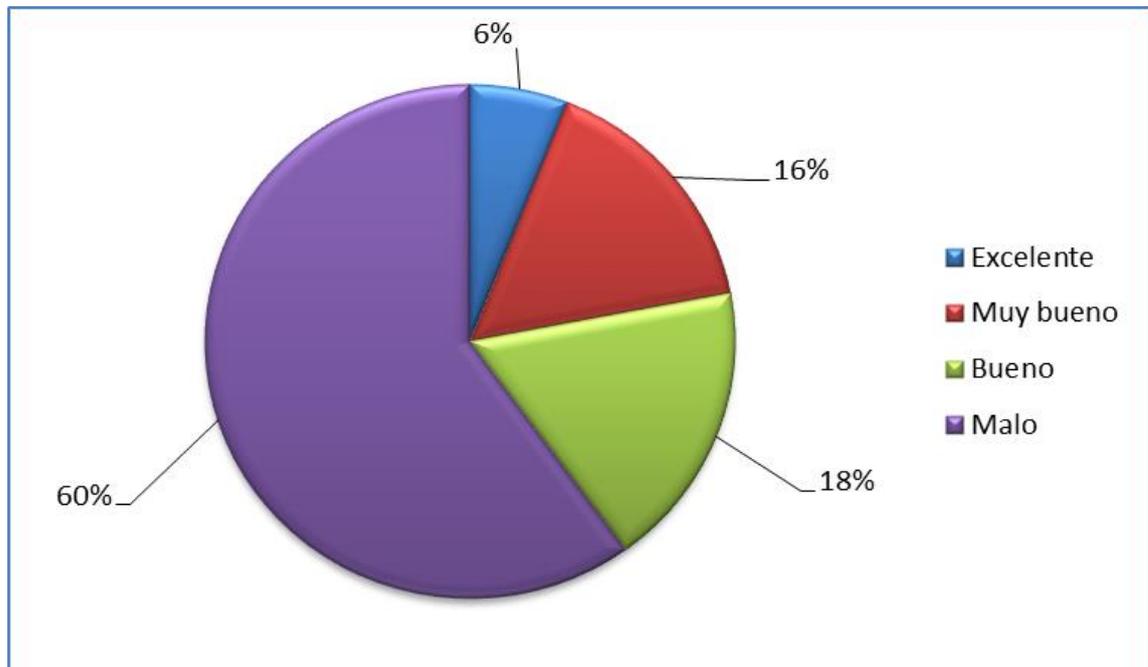
Cuadro 7. Calificación de la administración de la Fundación Quevedo es mi Ciudad

ADMINISTRACION	VALORES	PORCENTUAL
Excelente	15	6,00%
Muy bueno	40	16,00%
Bueno	45	18,00%
Malo	150	60,00%
TOTAL	250	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 7. Administración Fundación Quevedo es mi Ciudad.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 7 observamos que el 60% de los encuestados consideran que la administración Fundación Quevedo es mi Ciudad es mala, el 18% buena, el 16% muy bueno y apenas un 6% excelente.

Pregunta 8

¿Considera usted la implementación de un departamento de planificación en la Fundación Quevedo es mi ciudad para ofrecer nuevos servicios para su satisfacción?

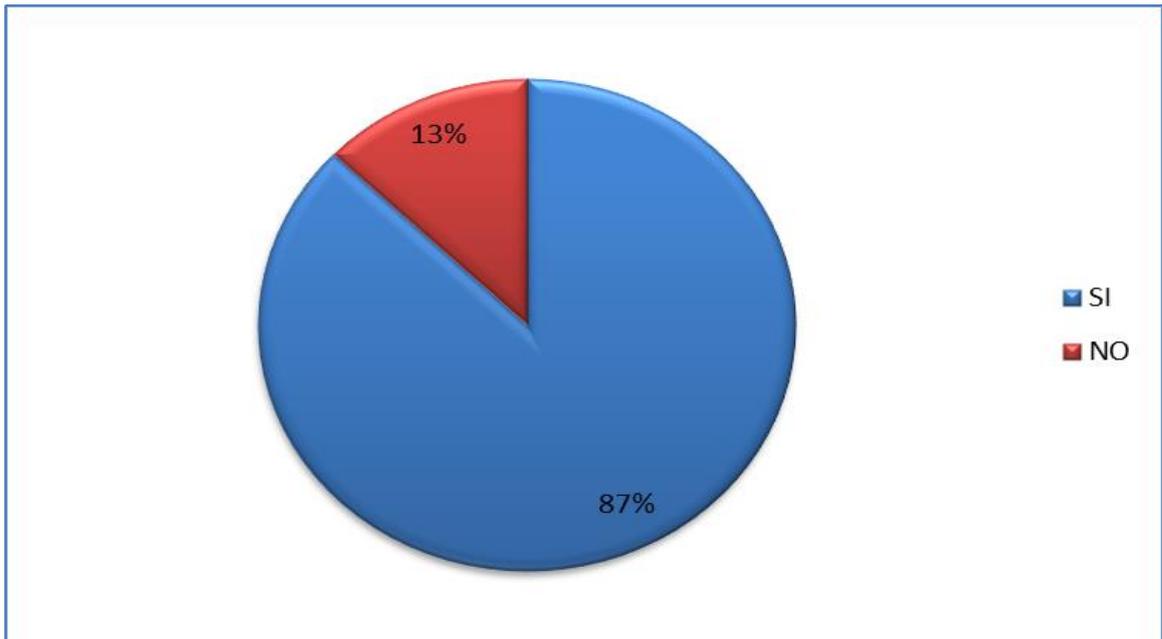
Cuadro 8. Implementación del departamento de planificación en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

DEPARTAMENTO DE PLANIFICACION	VALORES	PORCENTUAL
SI	218	87,20%
NO	32	12,80%
TOTAL	250	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 8. Implementación departamento de planificación.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 8 podemos observar que el 87% de los encuestados consideran que se debe implementar un departamento de planificación en la Fundación Quevedo es mi Ciudad mientras que el 13% consideran que no.

Pregunta 9

¿Para su satisfacción que tipo de servicios le gustaría que implementara la Fundación Quevedo es mi Ciudad?

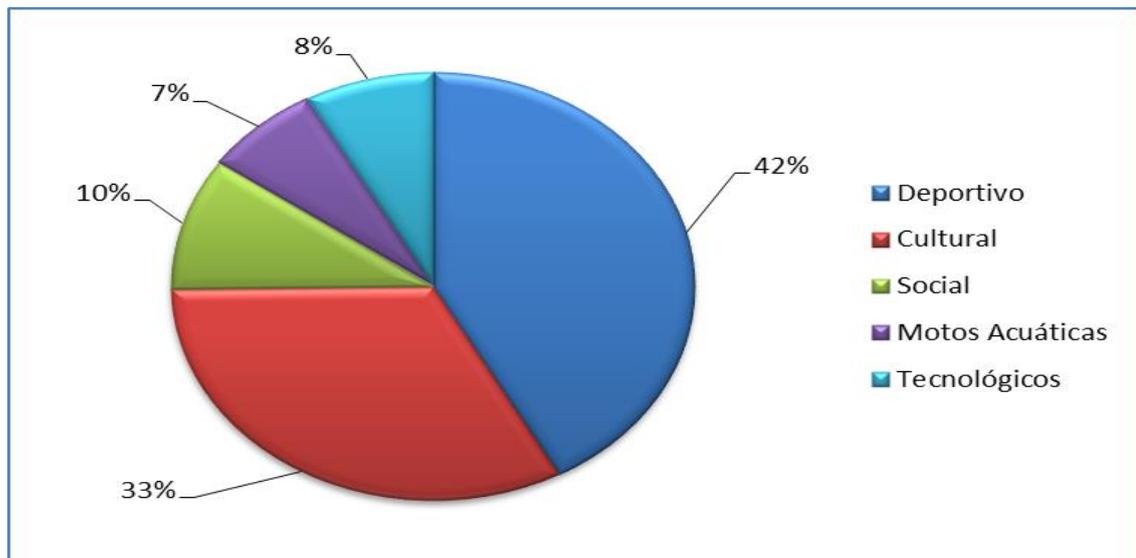
Cuadro 9. Nuevos servicios a ofertar

SERVICIOS IMPLEMENTAR	VALORES	PORCENTUAL
Deportivo	105	42,00%
Cultural	82	32,80%
Social	25	10,00%
Motos Acuáticas	18	7,20%
Tecnológicos	20	8,00%
TOTAL	250	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 9. Tipos de servicios a implementar.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 9 observamos que el 42% de los encuestados consideran que la administración de la Fundación Quevedo es mi Ciudad debe implementar juegos deportivos, el 33% culturales, 10% sociales, el 8% tecnológicos y el 7% motos acuáticas, esto nos conlleva a planificar para la ampliación e implementación de estos juegos recreacionales para la comunidad.

4.2.2. ENCUESTA REALIZADA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERARIOS DE LA FUNDACIÓN QUEVEDO ES MI CIUDAD.

Pregunta 1

¿Conoce usted si la Fundación Quevedo es mi Ciudad cuenta con un manual de control interno para brindar un servicio de calidad a la comunidad del Cantón?

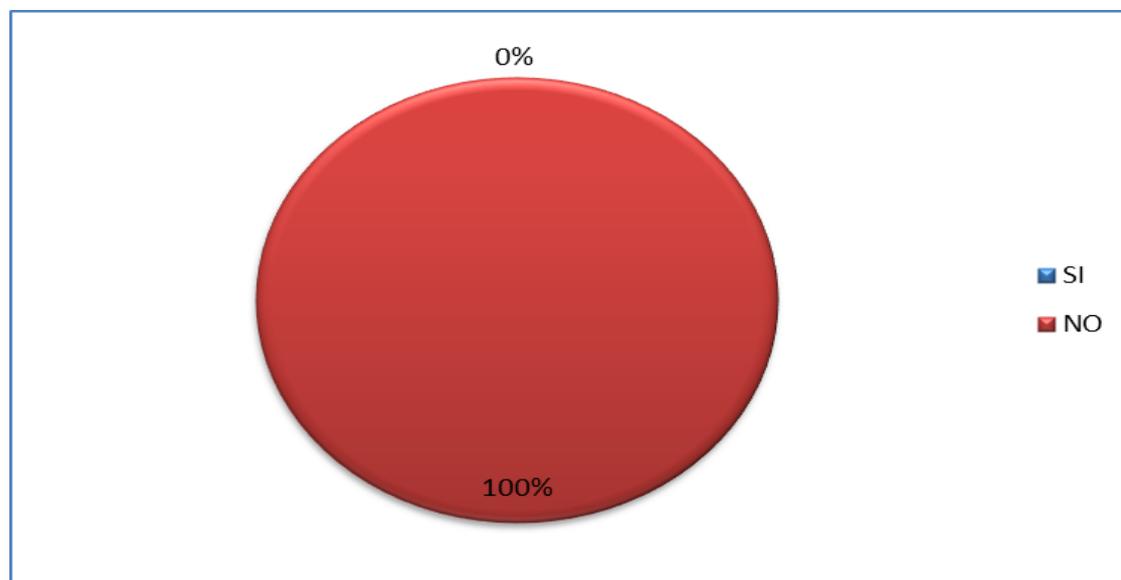
Cuadro 1 Manual de Control interno en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

MANUAL DE CONTROL	VALOR	PORCENTUAL
SI		
NO	18	100%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 1. Manual de control.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 1 podemos observar que el 100% de los encuestados no tienen conocimiento de un manual de control interno en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

Pregunta 2

¿Cree usted que el servicio que está brindando la Fundación Quevedo es mi Ciudad a los usuarios del Cantón Quevedo es?

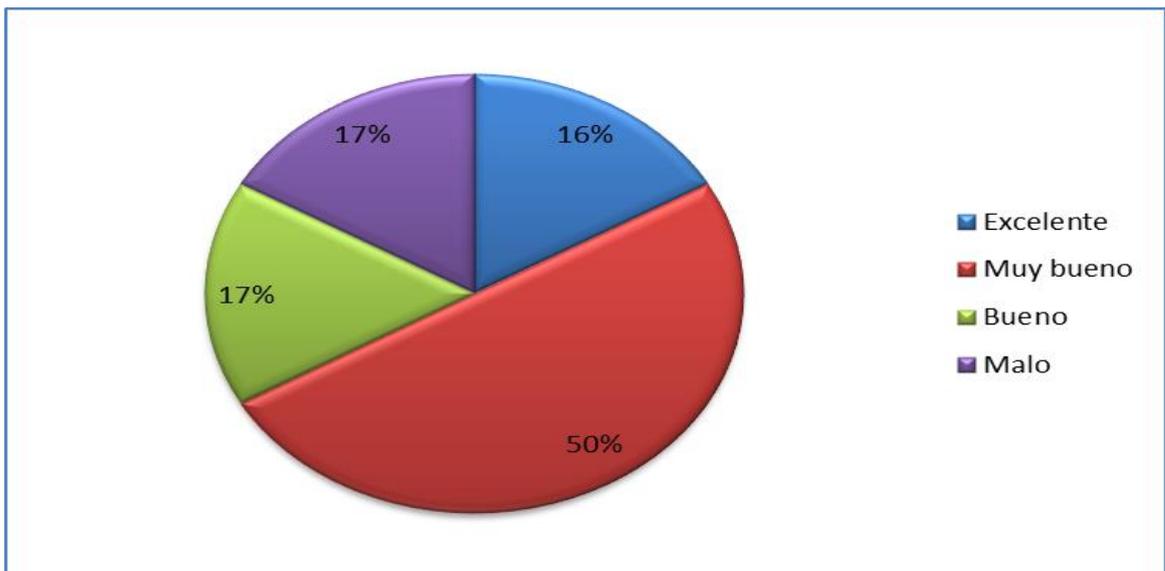
Cuadro 2. Servicio brindado por la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

SERVICIO BRINDADO	VALORES	PORCENTUAL
Excelente	3	16,67%
Muy bueno	9	50,00%
Bueno	3	16,67%
Malo	3	16,67%
TOTAL	18	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 2. Servicio brindado.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 2 observamos que el 50% de los encuestados consideran que la calidad de servicio que brinda la Fundación Quevedo es mi Ciudad es muy buena mientras que el 16.67% que manifiestan en igualdad que es muy bueno, bueno y malo lo que conlleva a preparar mejor al personal administrativo y operativo administrativo y operativo al momento de brindar dicho servicio a nuestros usuarios.

Pregunta 3

¿Considera usted qué la gestión administrativa, financiera y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad es?

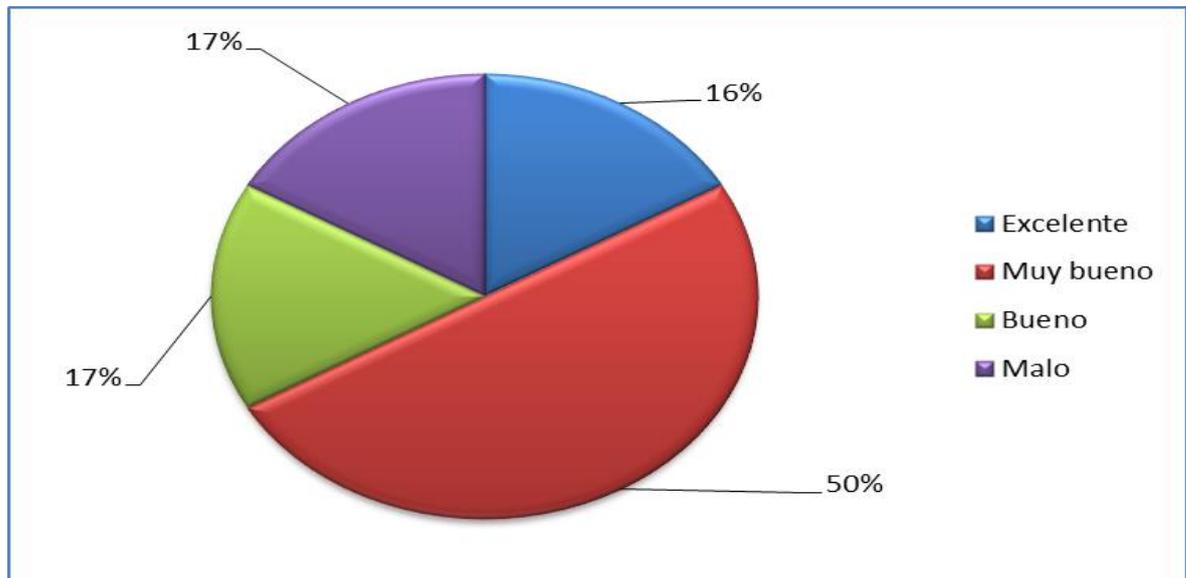
Cuadro 3. Gestión administrativa, financiera y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

ADM. FINANCIERA Y SEVICIO	VALORES	PORCENTUAL
Excelente	3	16,67%
Muy bueno	9	50,00%
Bueno	3	16,67%
Malo	3	16,67%
TOTAL	18	100,00%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 3. Gestión administrativa financiera y de servicio.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 3 observamos que el 50% de los encuestados consideran que la gestión administrativa, financiera y de servicio que brinda la Fundación Quevedo es mi Ciudad es muy buena mientras que el 16.67% esto nos puede dar una iniciativa de poder mejorar la gestión administrativa, financiera y de servicio.

Pregunta 4

¿Cree usted que el proceso de adquisiciones de obras en la Fundación Quevedo es mi ciudad está articulado en el plan de adquisiciones y al presupuesto institucional.

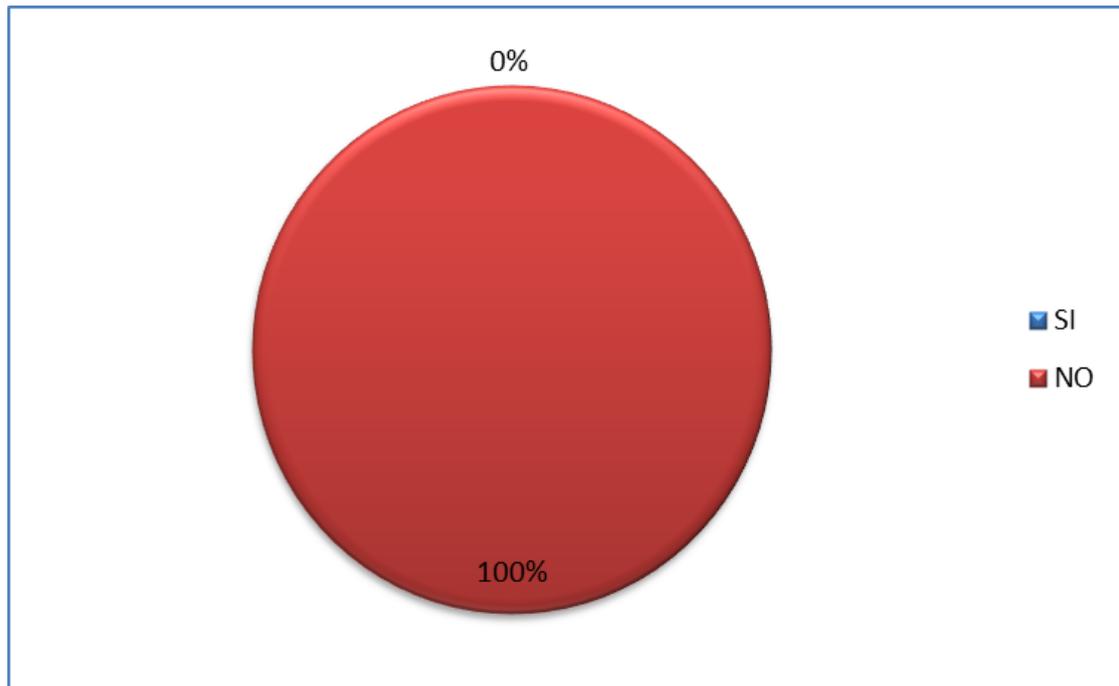
Cuadro 4. Adquisiciones de obra de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

ADQUISICIONES DE OBRAS	VALOR	PORCENTUAL
SI		
NO	18	100%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 4. Adquisiciones de obras.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 4 podemos observar que el 100% de los encuestados no tienen conocimiento de un manual de control interno en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

Pregunta 5

¿Considera usted que el proceso de adquisiciones de obras en la Fundación Quevedo es mi Ciudad se lo ejecuta según lo presupuestado y planificado?

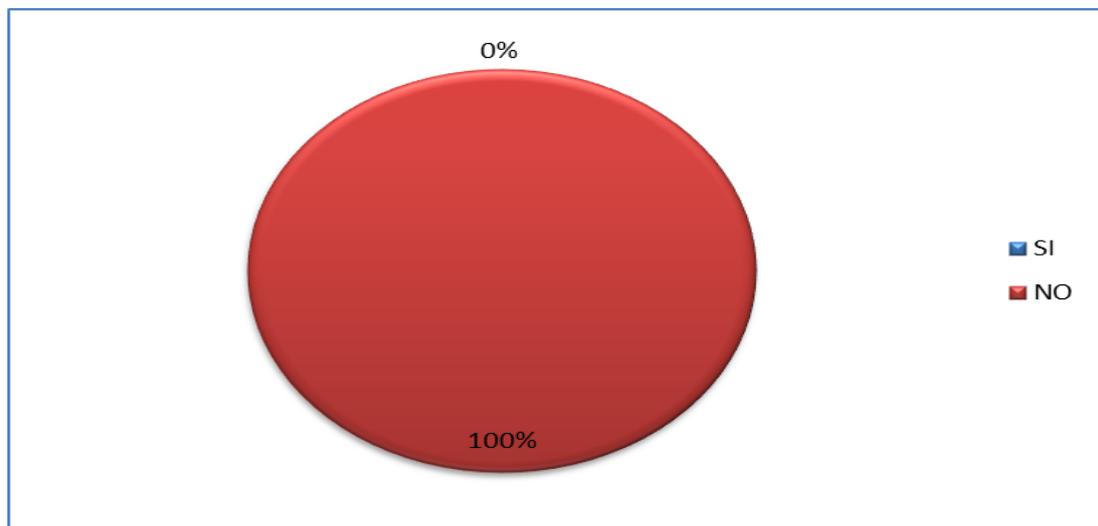
Cuadro 5. Proceso de adquisiciones de obras de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

PRESUPUESTADO Y PLANIFICADO	VALOR	PORCENTUAL
SI		
NO	18	100%
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 5. Presupuestado y ejecutado.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 5 observamos que el 100% de los encuestados respondieron que la Fundación Quevedo es mi Ciudad no cuentan con un proceso de adquisiciones de obras que se ejecute según lo presupuestado y planificado, esto nos conlleva a planificar y ejecutar un plan de adquisiciones de obras anualmente.

Pregunta 6

¿Está usted de acuerdo con la implementación de un departamento de planificación para la elaboración y ejecución del plan operativo anual de la Fundación Quevedo es mi Ciudad?

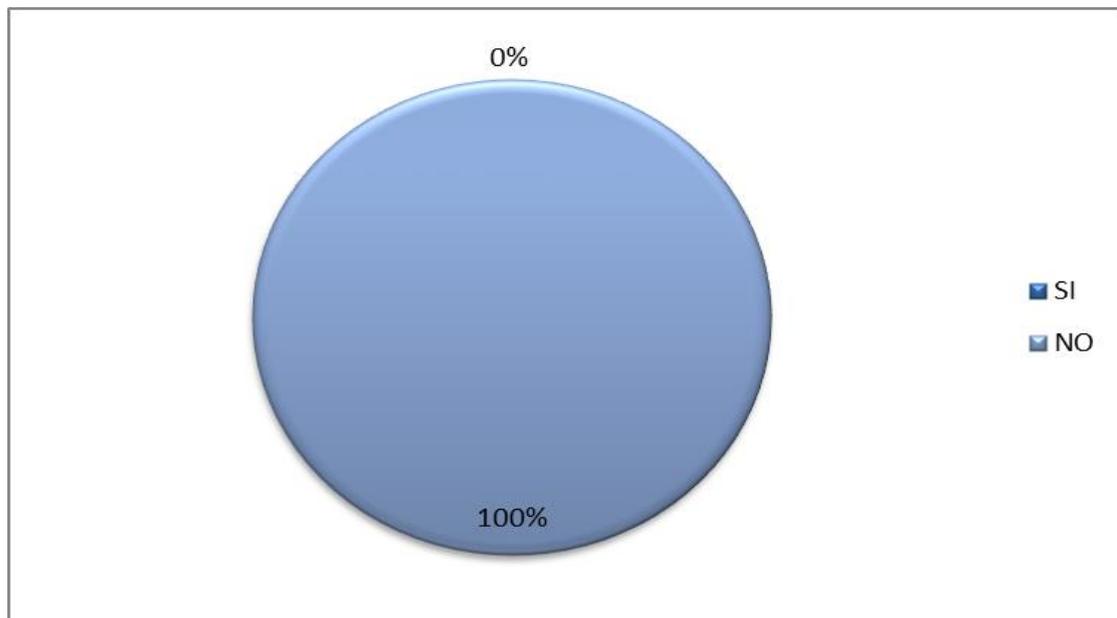
CUADRO 6. Implementación del departamento de planificación en la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

IMPLEMENTACION DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN	VALOR	PORCENTUAL
SI	18	100%
NO		
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 6. Implementación departamento de planificación.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 6 podemos observar que el 100% de los encuestados están de acuerdo que la Fundación Quevedo es mi Ciudad cuente con un departamento de planificación, para poder elaborar y ejecutar el plan operativo anual de dicha institución.

Pregunta 7

¿Cree usted qué el departamento de planificación mejorará la gestión administrativa, financiera y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad?

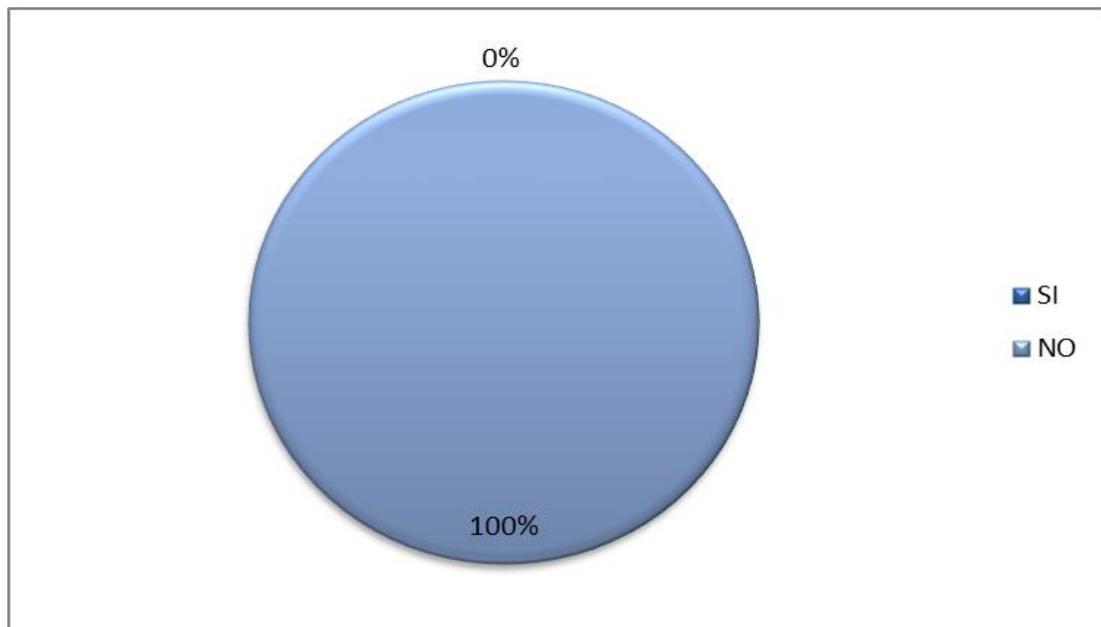
Cuadro 7. Mejoramiento de la Gestión Administrativa, financiera y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad.

MEJORAMIENTO DE GESTION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	VALOR	PORCENTUAL
SI	18	100%
NO		
TOTAL	18	100%

Fuente: Encuesta realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo

Elaborado: Autor

Gráfico 7. Mejoramiento de gestión administrativa y financiera.



Análisis e interpretación:

En el gráfico 7 observamos que el 100% del personal administrativo y operativo de la Fundación Quevedo es mi Ciudad creen que con un departamento de planificación mejorarán la gestión administrativa, financiera y de servicio.

4.3. DISCUSIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN RELACIÓN A LA NATURALEZA DE LAS HIPÓTESIS.

Plantear en la investigación que la **“GESTIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA FUNDACIÓN QUEVEDO ES MI CIUDAD DEL CANTÓN QUEVEDO 2012. PROPUESTA ALTERNATIVA”**, supone que la gestión administrativa financiera de la Fundación Quevedo es Mi Ciudad del cantón, en cuanto a la calidad del servicio brindado por la institución a la ciudadanía en general, quienes son los beneficiarios de estos.

La investigación realizada en el presente estudio requirió la aplicación de encuestas dirigidas a los usuarios además de los administrativos de la Fundación Quevedo es mi ciudad para conocer de la fuente las situaciones administrativas e internamente la situación financiera, a fin de establecer mecanismos de acción tendientes a mejorar el aspecto administrativo y financiero de la misma.

En este estudio se buscó obtener respuesta de la ciudadanía en cuanto a la realidad de los servicios que prestan en la fundación, además de la determinación y búsqueda de información respecto a la parte administrativa e internamente la información respecto a la consecución de recursos para el planteamiento de la gestión financiera.

Hipótesis general:

“Una adecuada gestión administrativa financiera incide positivamente en la calidad del servicios de la fundación Quevedo es mi ciudad”.

En esta hipótesis se asevera que la gestión administrativa y financiera de la Fundación Quevedo es mi ciudad incide positivamente en la calidad del servicio, sin embargo esta hipótesis refleja las acciones que deben generarse al interior de cada institución a fin de lograr los objetivos propuestos, que implica planificación y control a fin de generar servicios que satisfagan al usuario en general que viene siendo la población, en la investigación realizada se observa que a pesar de que existen actividades la población está al pendiente y solicita mayores servicios, lo que implica que los directivos deberán realizar actividades para implementar otras opciones y financieramente fortalecerse para que los recursos direccionar adecuadamente las actividades.

Esto queda confirmado según la información obtenida en la investigación a la ciudadanía y lo colaboradores de la misma fundación.

Hipótesis Específicas.

Hipótesis 1:

“Los escasos servicios que brinda el malecón administrado por la Fundación Quevedo es mi ciudad incide negativamente en la satisfacción de los usuarios”.

En esta hipótesis la mayoría de los encuestados afirman que existen pocos servicios brindados por la Fundación, esto implica que la satisfacción del usuario se vea mermada afectando las acciones realizadas por la fundación.

Hipótesis 2

“Las dificultades administrativas financieras inciden negativamente en el cumplimiento de las funciones de la Fundación Quevedo es mi ciudad”.

Al ser la Fundación una entidad sin fines de lucro y depender administrativamente de otros medios como el Municipio y otros entes que

forman parte del directorio, dificulta en accionar administrativo de tal institución, haciendo que la administración tenga limitaciones en cuanto a la posibilidad administrativa y por ende la dificultad financiera, limitando en general las funciones de la entidad en particular.

Este análisis se complementa con la encuesta realizada a los colaboradores de la institución donde se ve reflejado que la institución carece de independencia, en cuanto al manejo de los recursos se ven afectados por situaciones de tipo político administrativo y de esta forma la afectación en las acciones planteadas, por lo que regularmente se deben establecer planes de acción tendientes a cumplir con los avances respectivos.

Hipótesis 3

“Los insuficientes recursos financieros inciden negativamente en la ejecución de obras del malecón de la Fundación Quevedo es mi ciudad”.

La institución cuenta con insipientes recursos esto hace que la ejecución en obras se vean afectadas, esto implica que la Fundación tenga que suspender las actividades afectando la gestión financiera puesto que estos atrasos se constituyen en obras con valores mayores a los programados por los inconvenientes de tipo financiero.

4.4. COMPROBACIÓN O DISPROBACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.

Hipótesis General

“Una adecuada gestión administrativa financiera incide positivamente en la calidad del servicios de la fundación Quevedo es mi ciudad”.

De la investigación realizada se pudo observar que la gestión administrativa y financiera de la Fundación Quevedo es mi Ciudad es débil de acuerdo a lo manifestado en las encuestas aplicadas, por lo que incide en que el servicio prestado se considere de mala calidad, ideas que sostienen los habitantes de la población a quienes se consideró en el instrumento aplicado.

Siendo esto una realidad en cuanto a la gestión administrativa financiera si cumpliera con los estándares establecidos se tendría servicios de calidad, pero sin embargo en la institución sucede lo contrario, por tanto esta hipótesis se comprueba.

Hipótesis específica 1

“Los escasos servicios que brinda el malecón administrado por la Fundación Quevedo es mi ciudad incide negativamente en la satisfacción de los usuarios”.

Los escasos servicios brindados por la Fundación Quevedo es mi ciudad respecto al criterio que tienen los habitantes y en especial los encuestados hace que la satisfacción de los mismos se vea afectada notablemente, por lo que implica que hay correspondencia con los servicios que se brindan frente a la satisfacción del usuario.

Por lo tanto en los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos aplicados en la investigación se refleja claramente que existen escasos servicios y que los usuarios no se sienten satisfechos, es así que esta hipótesis también se comprueba.

Hipótesis específica 2

“Las dificultades administrativas financieras inciden negativamente en el cumplimiento de las funciones de la Fundación Quevedo es mi ciudad”.

A lo largo de la investigación se pudo observar y notar que la institución se ve afectada por decisiones de tipo político administrativo que al depender administrativamente de otros actores se ve afectada directamente, por lo que el cumplimiento de las funciones se verá influenciada por las situaciones que se decida en esta instancia respectiva.

Por lo tanto en los resultados obtenidos en cuanto al cumplimiento de las funciones depende de las acciones administrativas y financieras, es así que esta hipótesis también se comprueba.

Hipótesis específica 3

“Los insuficientes recursos financieros inciden negativamente en la ejecución de obras del malecón de la Fundación Quevedo es mi ciudad”.

Los insuficientes recursos financieros con los que cuenta la Fundación de acuerdo al resultado de la investigación afecta la ejecución de las obras que se realizan en el malecón, de acuerdo a lo expresado en las encuestas aplicadas al personal administrativo de la entidad.

Por lo tanto en los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos aplicados en la investigación se refleja claramente que existen escasos recursos y que los usuarios no se sienten satisfechos, además del insuficiente trabajo en cuanto a la ejecución de obras, es así que esta hipótesis también se comprueba.

4.5. CONCLUSIÓN PARCIAL

Se pudo notar que de acuerdo a la investigación realizada en cuanto a lo manifestado en las hipótesis tanto general como específicas, estas están comprobadas de manera eficiente de acuerdo al criterio de los involucrados y de la los administrativos de la Fundación Quevedo es mi ciudad, afectando a la

actividades directas e indirectas que se realizan al interior, por lo que se sugiere exista una planificación y programación que permita viabilizar acciones tendientes a mejorar la institución, además de generar un mejor servicio a la ciudadanía..

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

¡Estudia! No para saber una cosa más,
sino para saberla mejor.
Séneca, Lucio Anneo

5.1. CONCLUSIONES.

- ✓ El personal administrativo y operativo de la Fundación Quevedo es mi Ciudad no cuenta con la preparación suficiente para brindar un servicio adecuado de sus instalaciones a los usuarios por cuanto expresan la necesidad de capacitación en cuanto a atención al cliente, preparación que está orientada hacia una mejor organización basada en la competencia de cada uno de ellos y en función de las tareas que desempeñan.
- ✓ El desconocimiento de los procesos de adquisición de obras y equipos de oficina de la Fundación Quevedo es mi Ciudad generan inconvenientes y falencias por la poca planificación, esto a su vez ocasiona pérdida de tiempo y malestar por parte del Gerente y Directorio.
- ✓ El espacio físico que cuenta la Fundación Quevedo es mi Ciudad es suficiente para brindar un servicio adecuado, pero hace falta de juegos recreacionales, deportivos, culturales y tecnológico.
- ✓ En la actualidad la Fundación Quevedo es mi Ciudad no cuenta con un departamento específico de planificación para la elaboración, ejecución y control del plan operativo anual institucional.

5.2. RECOMENDACIONES.

- ✓ Se debe programar y ejecutar continuamente capacitación al personal administrativo y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad en lo que respecta a servicio al cliente y gestión administrativa con el objetivo de mejorar el servicio a los usuarios y orientarse a una clasificación de desempeño de sus actividades y procesos.
- ✓ Se debe emitir un reglamento interno que determine los procesos de adquisición de obras y equipos de oficina basado en las medidas específicas en concordancia con las normas generales del sector público.
- ✓ Administrativos deben adecuar en las instalaciones de la Fundación Quevedo es mi Ciudad con nuevos equipos de recreación, deportivos, culturales y tecnológicos para la satisfacción de los usuarios y así brindar un servicio de calidad y eficiencia.
- ✓ Es importante crear un departamento de planificación que este articulado con los departamentos de la Fundación Quevedo es mi Ciudad para la elaboración, ejecución y control del plan operativo anual basado en las políticas, reglamentos y el proceso de adquisición de obras y equipos de oficina.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ALTERNATIVA

¡Estudia! No para saber una cosa más,
sino para saberla mejor.
Séneca, Lucio Anneo

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Diseño del departamento de planificación en la Fundación Quevedo es mi ciudad.

6.2. JUSTIFICACIÓN

Con la investigación realizada en la ciudad de Quevedo, concretamente a los funcionarios y contratados de la Fundación Quevedo es mi ciudad, y con los resultados obtenidos, se puede conocer la gestión administrativa y financiera y su deficiencia en los procesos administrativos y de servicios, lo que demuestra la necesidad de implementar un departamento de planificación para la elaboración, ejecución, evaluación y control del plan operativo anual institucional y su articulación en el desarrollo de la gestión administrativa y financiera, la misma que tendrá una importancia de primer orden ya que dotará a la institución de una herramienta, objetiva, técnica y moderna, que permitirá trabajar de forma organizada y responsable, dentro de la institución, logrando así optimizar el proceso en referencia.

Esto implica implementar un plan de acción, definiendo en primer orden, las fuentes más adecuadas para la implementación del departamento de planificación y las técnicas que permitan terminar determinar, en la práctica, la gestión administrativa-financiera y la calidad del servicio brindada a los usuarios de la Fundación, no se encuentran acordes a la necesidad y exigencias de los funcionarios y contratando, debido a que la gestión administrativa y financiera se la realiza de la forma empírica, para alcanzar resultados positivos en las operaciones ejecutadas.

La implementación de la propuesta de soluciones que se prestarán en el transcurso de este capítulo, tendrán muchos beneficios para la Fundación

Quevedo es mi ciudad, ya que la institución podrá fortalecerse a través de una ventaja estratégica en gestión administrativa y financiera, permitiéndole satisfacer necesidades de todos los funcionarios y contratados de la institución para el logro de los objetivos y metas.

Reconociendo que la estrategia constituye el corazón de la gestión administrativa y financiera, el esfuerzo que se dedique a su formulación como implantación es vital. Condición que ha sido recogida para este trabajo de tesis, realizando una revisión bibliográfica de diversos modelos de estrategia de planificación, que permitan conocer cómo han evolucionado estos modelos y como enfrenta el desafío de la gestión administrativa y financiera de la institución.

Por estas razones la máxima autoridad debería implementar un departamento de planificación para que se articule con la gestión administrativa financiera y una excelente calidad de servicio en base al estudio realizado ya que servirá para mejorar la correcta ejecución de los procesos administrativos, financieros y operativos.

Por último el contar con un control sistemático que asegure el cumplimiento de los objetivos y los planes establecidos; definiendo y constituyendo los estándares que puedan medir la gestión administrativa y financiera, y si hay desviaciones determinar las causas de las misma e implemente la acción correctiva, que tenga y se constituya en un seguimiento y retroalimentación permanente.

6.3. FUNDAMENTACIÓN

El 17 de octubre del 2003 el gobierno autónomo descentralizado de la ciudad de Quevedo entrega en comodato por 90 años a la Fundación Quevedo es mi ciudad el uso de los terrenos que comprenden los malecones de Quevedo y san Camilo para que en dichos terrenos puedan ejecutar obras de

regeneración y el embellecimiento de los referidos malecones, así como a llevar a cabo obras de planificación, ejecución y administración, para brindar un excelente nivel de calidad en la prestación de los servicios en los usuarios actuales o potenciales de nuestro cantón, en concordancia con los lineamientos de las políticas de servicio y a si contar con un recurso humano altamente calificado y comprometido en el proceso de mejoramiento continuo en el servicio.

Por la gestión administrativa y financiera inicialmente se puede hablar de indicadores cuantitativos los cuales permite tener en cuenta la gestión institucional y de igual forma evaluar el desempeño del departamento de planificación, en el cual debe incluir todas las actividades y establecer responsabilidades de los funcionarios, para el cumplimiento de los objetivos institucional y su visión estratégica. No obstante, será necesario que el departamento de planificación tenga encuentra los métodos cuantitativos para medir la gestión.

Un buen trabajo en la gestión administrativa y financiera, con respecto a la implementación del departamento de planificación es diseñar el sistema de control interno, preparando los procedimientos integrales, que son los que forman el pilar para poder desarrollar adecuadamente sus actividades, establecidos responsabilidades a los encargados de las áreas, generando información útil y necesaria, estableciendo medidas de seguridad, control y autocontrol y objetivos para el cumplimiento con la función institucional, para modernizarse, para cambiar y producir los mejores resultados, con calidad, calidez y eficiencia.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivos General

Diseñar un departamento de planificación de acuerdo con las políticas y reglamentos de la gestión administrativa y financiera de la Fundación Quevedo es mi ciudad,

6.4.2. Objetivos específicos

- Emitir un manual de control interno para el proceso de sus funciones administrativas y de servicio la Fundación Quevedo es mi ciudad.
- Programar la capacitación permanente para los funcionarios, y jefes departamentales sobre los procesos administrativos, financieros y de servicios.
- Socializar la propuesta con el Gerente General, Directorio, Jefes departamentales y demás personal de la Fundación Quevedo es mi ciudad a fin de determinar las alternativas de solución a las falencias que tiene la gestión administrativa y financiera.

6.5. IMPORTANCIA.

En la actualidad es fundamental destacar la gestión administrativa –financiera y un excelente servicio dentro de la institución, es importante resaltar la exactitud y la fineza con que se llega a dar una respuesta, por lo tanto en nuestra propuesta hablaremos de los procesos y la gestión del departamento de planificación que ayudara en el desenvolvimiento y gestión administrativa y financiera.

Vale recalcar que la institución debe prestar un entorno adecuado en la que se puedan implementar política y reglamentos flexibles, modernos e inteligentes para lograr una buena gestión administrativa y financiera.

Para lograr desarrollar lo anterior, en un excelente servicio brindado de la gestión administrativa y financiera actual propone que la institución administre los procesos a través de un departamento de planificación, que permite

conocer el funcionamiento interno con lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución, auxiliando en la inducción del puesto y la capacitación del personal, analizando los procedimientos, proporcionando ayudas para el emprendimiento en tareas como; la simplificación de trabajo como; análisis de tiempos, delegación de autoridad, eliminación de pasos, unificando y controlando el cumplimiento de las rutinas de trabajo, evitando la alteración arbitraria, de tal forma se aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo, y ayuda a la coordinación de actividades y evita duplicidades, regulando a su vez la carga laboral.

Además construye una base el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas procedimientos y métodos, tomando como parte primordial la evaluación que se de en las áreas estudiadas.

Para que se produzca el correcto desarrollo del departamento de planificación es necesario que la misma contribuya en una mejora para la eficiencia en el seno de la institución.

Se puede indicar, que el departamento de planificación se apoya en los procesos, que son un conjunto de actividades que interactúan y se relacionan a través de recursos, que entran, se procesan y salen, generando un resultado en la gestión administrativa y financiera, que satisface una o varias necesidades, y los recurso, que son un factor o insumo importante en el proceso, que hace posible su ejecución, es por ello que dentro de esta propuesta haremos lo posible por enfocar los procesos de la gestión administrativa y financiera.

Desde este punto de vista los procesos administrativos y financieros ya no se pueden hacerse de forma empírica, se debe trabajar de forma planificada, objetiva, responsable las actividades de la institución, y finalmente evaluar si lo esperado se logró.

Quiere decir, que nuestra labor en el área de Gestión Administrativa y Financiera será integrar los procesos de adquisición con la gestión administrativa y financiera, evaluar la efectividad de los procesos de integración de actividades se esté apuntando a lograr las estrategias y objetivos institucionales.

Nuestra propuesta es importante porque se centrará en los procesos administrativos y financieros, desarrollando controles y reglamentos y políticas proyectando una gestión administrativa y financiera de calidad a la institución.

6.6. UBICADA SECTORIAL Y FÍSICA.

La creación del departamento de Planificación institucional, ubicada dentro de la estructura organizacional de la Fundación Quevedo es mi ciudad, como una unidad que tenga una vinculación todas las áreas administrativas, financieras, operativas y de servicio.

6.7. FACTIBILIDAD.

Esta propuesta es factible, porque mejorara la gestión administrativa y financiera y su excelente calidad del servicio a los usuarios articulara la planificación, el presupuesto frente a los requerimientos de los diferentes departamentos de la institución, apoyándose en un sistema de control interno, que permite obtener una información detallada, ordenada, sistemática e integral que contiene todas las instrucciones, responsables e información sobre políticas, funciones, sistemas y procedimientos de las distintas operaciones o actividades que se realizan en la institución, con la finalidad de incrementar la eficiencia, que impulse la innovación, en la gestión administrativa y financiera, mediante el departamento de planificación; a fin de llevar a cabo acciones concretas y coordinadas que eficiente los tiempos y recursos económicos.

6.8. ACTIVIDADES DEL PUESTO.

ACTIVIDADES DEL PUESTO	F	CO	CM	TOTAL
Planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades de planificación, programación y formulación de la Fundación y de los proyecto.	2	5	5	27
Evalúa la gestión institucional y determina el cumplimiento respecto a los objetivos y metas establecidas en el plan operativo anual institucional y en el plan de Gobierno	3	4	5	23
Gestiona la aprobación de la planificación estratégica y operativa institucional a la máxima autoridad.	3	5	4	23
Establece metodologías, políticas, estrategias y métodos para la formulación, seguimiento y evaluación de los planes de compra y de inversión de desarrollo.	3	4	5	23
Convoca y delega a los responsables de los diferentes procesos institucionales, la ejecución detallada de los programas de gestión para la formulación del plan operativo anual institucional.	3	4	4	19
Propone, ejecuta y controla el cumplimiento de políticas, objetivos, métodos, procedimientos y estrategias en el área de su competencia.	1	4	4	17

LEVANTAMIENTO DE INFORMACION, DESCRIPCION Y PERFIL DEL PUESTO.

✓ **DATOS DE IDENTIFICACION**

Institución: Fundación Quevedo es mi Ciudad.	Unidad: Planificación
Puesto: Jefe de planificación	Código: 1
Nivel: profesional	Puesto: 298 ptos
Grupo Ocupacional: Servidor público 7	Grado: Grado 13 Servidor 7
Rol del Puesto: ejecución y coordinación de procesos.	

✓ **MISION DEL PUESTO.**

Dirigir, controlar y evaluar los procesos de planificación, programación y formulación de la Fundación y los proyectos institucionales.

✓ **INTERFAZ DEL PUESTO:**

ACTIVIDADES ESENCIALES	Interfaz
	Nombre de las unidades, puestos, clientes, usuarios o beneficiarios directos de la actividad.
Planifica, organiza, dirige y supervisa las actividades de planificación, programación y formulación de la Fundación y de los proyectos de inversión.	Gerente general, unidades institucionales.
Evalúa la gestión institucional y determina el cumplimiento respecto a los objetivos y metas establecidos en el plan operativo anual, plan de compras de inversión institucional vs. Plan de Gobierno.	Gerente general, unidades institucionales.
Gestiona la aprobación de la planificación estratégica y operativa institucional a la máxima autoridad.	Gerente general.
Establece metodologías, políticas, estrategias y métodos para la formulación, seguimiento y evaluación de planes de desarrollo.	Cuerpo colegiado, gerente general, unidades institucionales, ministerio de relaciones laborales, senplades, ministerio de finanzas. Contraloría, organismo a nivel nacional e internacional.
Convoca y delega a los responsables de los diferentes procesos institucionales, la ejecución detallada de los programas de la gestión para la formulación del plan operativo anual institucional.	Gerente general, personal y unidades de la institución.
Propone, ejecuta y controla el cumplimiento de políticas, objetivos, métodos, procedimientos y estrategias en el área de su competencia.	Gerente general, unidades institucionales.

Antecedentes.

La Fundación Quevedo es mi ciudad, es una entidad de derecho público con personería jurídica, patrimonio y fondos propios encargada de la administración del malecón Eloy Alfaro de la ciudad de Quevedo y próximamente del Mercado del Río.

En la actualidad no es procedente, que la gestión administrativa. Financiera y de servicio, se lo realice de forma empírica, por tal razón nos vemos en la obligación de implementar un departamento de planificación para incursionar en nuevos procesos que le permitan ser más competitivos y a la vez desempeñarse como institución dando un servicio de calidad y calidez a la comunidad.

Justificación.

Toda institución debe contar con un departamento estratégico para el buen manejo de las necesidades de la institución y para considerar las prácticas presupuestarias que se van a afectar, la misión de la gestión administrativa y financiera y así cumplir con lo programado en el menor tiempo oportuno. Por tal motivo la necesidad de contar con un departamento de planificación que permita el establecimiento de un marco de actuación que fije límites (políticas) a través de una red de procesos y posibilitar por medio de la descripción de procedimientos, dar soporte a la operación en pos de un mejor servicio, generando una abstracción del modelo real que entregara información que permitirá saber: **“que ”** es lo que cada ente está facultado y debe realizar; **“como”** se concreta una función o proceso con actividades y pasos; **“quien”** es responsable del desarrollo de las actividades; **“donde”** están los puntos clave de control de cada procedimiento.

Para así facilitar su supervisión, control, evaluación y mejora en la institución.

Operacionalización de la propuesta.

Para cumplir en forma eficiente los objetivos del manual de procedimientos, para el funcionamiento del departamento de planificación es importante considerar algunos aspectos básicos.

- Funcionamiento del departamento
- Plan anual de adquisición
- Consolidado del plan de adquisiciones de obras y equipos
- Estructura del plan anual de adquisiciones
- Gestión financiera y presupuestaria
- Evaluación y seguimiento

Funcionamiento del departamento, significa definir la estructura del departamento de planificación, funciones y responsabilidades específicas de sus integrantes y otros aspectos para que su funcionamiento sea eficiente, en beneficio de la institucional y la comunidad.

Plan anual de adquisición, una vez que se dé por aprobado por la Gerencia de la Fundación y su Directorio, el plan de adquisiciones, para el periodo 2013 - 2014, se procederá a ingresar al portal de compras públicas y al ministerio de finanzas el plan de adquisición, a su vez se comprometerá las partidas presupuestarias correspondientes a las actividades adquisiciones.

Para proceder a la ejecución de las diversas adquisiciones se deberá considerar lo siguiente:

- Se realizara las adquisiciones según el plan de adquisición que se ingresó al portal de compras públicas y al ministerio de finanzas.
- El departamento administrativo solicitara las practicas presupuestarias al departamento financiero según lo que se planifico y presupuesto.

- Una vez que se obtiene las partidas presupuestarias con su respectiva planificación de compra, se envía el trámite al departamento de adquisiciones para que ejecute las compras a través del portal de compras públicas.
- El departamento de adquisición, ejecuta las compras según lo planificado y presupuestado.
- Una vez que el proveedor que fue elegido a través del portal de compras públicas realiza la entrega del producto, la unidad de control de bienes se encarga de la recepción y el ingreso de los productos.
- Con el ingreso el departamento de adquisiciones en unión con el departamento administrativo coordinaran solicitaran el pago a través de un memorando al departamento financiero.
- El departamento financiero, se confirmara la adquisición y la afectación de la partida presupuestaria según el plan de adquisición.
- Como último filtro una vez que se analizan todos los procesos según lo planificado, se procederá a cancelar al proveedor.

Consolidado del plan de adquisiciones, el consolidado se lo realizara, según la planificación anual por el departamento, se receptara por medio magnético e impreso en el departamento administrativo, esta información se la comprimirá de la siguiente manera:

- Se ubicara en un solo archivo la planificación de todos los departamentos.
- Se unificara la información en una base de datos.
- El consolidado se lo envía al gerente y directorio para que autorice las adquisiciones de la institución.
- Una vez aprobado por la gerencia y el directorio se enviara al departamento de adquisiciones la información del consolidado para que proceda a ingresar la información al portal de compras públicas.

Estructura del plan anual de adquisición, diseñar la propuesta del plan de adquisiciones para el determinado, de acuerdo a lo siguiente:

- Aprobación de la propuesta del plan de adquisiciones por la gerencia general.
- Designación presupuestaria.
- Ingreso del plan de adquisición en el portal de compras públicas.
- Programación cuatrimestral del plan de adquisiciones en el ministerio de finanzas según lo presupuestado.
- Organización y preparación del plan de adquisiciones para la ejecución
- Ejecución del plan de adquisiciones.
- Evaluación y seguimiento de los mismos.

Una vez que el plan de adquisiciones, fue aprobado por la gerencia general e ingresa al portal de compras públicas y al ministerio de finanzas con su respectivo presupuesto, se delegan las respectivas funciones a las unidades involucradas.

Gestión financiera y presupuestaria, representa determinar los ingresos necesarios que permitan cubrir los costos y gastos del respectivo plan de

adquisiciones de obras, equipos y materiales de oficina en la entidad para el periodo fiscal determinando de acuerdo con las disposiciones del ministerio de finanzas.

Evaluación y seguimiento, significa determinar una metodología per permitirá hacer seguimiento y la evaluación de las diferentes actividades de adquisición de equipos y materiales de oficina planificados y presupuestados, de acuerdo con los requerimientos y las normas correspondientes.

Diseño de un manual de procedimientos.

El manual de procedimientos para la implementación del departamento de planificación y el reglamento para las adquisiciones de obras, equipos y materiales de oficina de la Fundación Quevedo es mi Ciudad, debe contener lo siguiente:

El reglamento interno para la adquisición de obras, equipos y materiales de oficina, debe componerse de los siguientes aspectos:

- Capacitación del personal involucrado en los procesos de adquisición de obras, equipos y materiales de oficina, según el cronograma de capacitación.
- Establecer responsabilidad en los procesos de adquisición según los departamentos involucrados.
- Delegar funciones en el proceso de adquisición.
- Establecer fecha para la ejecución de las actividades según el proceso.
- Establecer fecha para la adquisición de los productos.

Los procesos de adquisición de equipos y materiales de oficina, deben contener lo siguiente:

- Todo proceso de adquisición tiene que estar considerado en el plan de adquisición y con su respectiva partida presupuestaria.
- El departamento administrativo solicitara a través de un memo al departamento financiero la partida presupuestaria.
- Al obtener la partida presupuestaria, se envía el trámite al departamento de compra para que realice la adquisición del bien a través del portal de compras públicas.
- El departamento de adquisición, ejecuta las compras según lo planificado y presupuestado.
-

La recepción del bien adquirido según el plan de adquisición, debe contener lo siguiente:

- La unidad de control de bienes se encarga de la recepción del producto.
- Se realizara el ingreso de los productos.
- Se enviara el trámite de compra al departamento de adquisiciones.

La cancelación de los bienes adquiridos según el plan de adquisición, debe contener lo siguiente:

- Con el ingreso el departamento de adquisiciones en unión con el departamento de administrativo coordinara y solicitara el pago a través de un memorando al departamento financiero.
- El departamento financiero, confirmara la adquisición y la afectación de la partida presupuestaria según el plan de adquisición.
- Ejecutará el pago por medio del ministerio de finanzas.
- Cumpliendo de tal forma con la programación cuatrimestral, que tiene como base fundamental el plan de adquisiciones.

- como último filtro una vez que se analizan todos los procesos según lo planificado, se procederá a cancelar al proveedor.

6.8. RECURSOS.

Para ejecutar la propuesta planteada se contara con el apoyo del gerente general y los miembros del directorio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad. Al mismo tiempo se solicitara al Alcalde del Municipio de Quevedo par que pida al ministerio de finanzas y a la SENRES la asignación de partidas presupuestarias para la creación del puesto, llamando a concursó de merecimiento y buscando el perfil que se desea conseguir. Los cargos a crear tiene la siguiente valoración económica mensual.

1 jefe de planificación	sueldo \$ 1.590,00
1 asistente secretaria	sueldo \$ 775,00
TOTAL	\$ 2.365,00

El gasto anual que genera la creación del departamento de planificación será de \$ 31.225,00 que incluye sueldo básico unificado, aportes y remuneraciones adicionales.

6.9. IMPACTO.

El impacto que tendrá creación del departamento de planificación, será muy positivo y ventajoso, porque el beneficio para la institución será apoyo significativo a la gestión administrativa y financiera para que cumpla con los objetivos que se ha trazado, orientando los procesos de adquisición de equipos y materiales de oficina, contribuyendo así con el fortalecimiento de la entidad, calidad de la gestión.

6.10. EVALUACIÓN.

Se prevé con encuestas y con medición de desempeño, consultar periódicamente a los jefes departamentales y funcionarios de la Fundación Quevedo es mi Ciudad, el cumplimiento eficiente de las actividades del departamento de planificación, para verificar o evaluar el grado de satisfacción de su gestión, la misma que se realizaran y se conocerán cada año.

6.11. INSTRUCTIVO DE FUNCIONAMIENTO.

El instructivo de funcionamiento del departamento de planificación propuesto en esta investigación, será manual de procedimientos del reglamento control interno diseñado para el efecto, el mismo que se menciona en los párrafos anteriores.

BIBLIOGRAFIA.

COWELL, D. W. (1991). Mercadeos de Servicios, un nuevo enfoque: del operativo al perceptivo. Legis Editoriales. Bogota, Colombia 354 pp.

GABIN, M. A. (2004). Administración Financiera, Gestión Comercial y de Servicios de Atención al Cliente. Thomson Editores Spain. 267 pp.

GARNICA, C. H. y MAUBERT, C. (2009). Fundamentos de Marketing. Pearson Educación de México. 490 pp.

GISPERT, C. GÁRRIZ, J. y NAVARRO, J. (2007). Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa. Editorial Océano. España. 150 pp.

HITT, M. BLACK, S. y PORTER, L. (2006). Administración. Novena Edición. Pearson Education. México.

HOFFMAN, K. D. y BATESON, G. J. (2002) Fundamentos de Marketing de Servicios, Conceptos, Estrategias y casos. Segunda Edición. Thomson Editores Spain. 569 pp.

HUETE, L. D' ANDREA, G. REYNOSO, J. y LOVELOCK, C.(2004). Administración de Servicios, Estrategias de Marketing operaciones y Recurso humanos. Pearson Educación de México. 741 pp.

JHON, R. SCHERMERHORN, J. 2005. Administración. Editorial Limusa, S.A. México, DF.

KOONTZ, H. y WEIHRICH, H. (2007). Elementos de Administración un Enfoque Internacional. Mc.Graw Hill Interamericana. Sexta Edición, D.F.

LOVELOCK, C. y WIRTZ, J. (2009). Marketing de Servicios, Personal, Tecnología y estrategia. Sexta Edición. Pearson Educación de México. 647 pp.

REYES, A. y RODRIGUEZ, J. (2007). La Administración, la Calidad Personal y la Calidad en el Servicio al Cliente. www.wikilearning.com.

ROBBINS, S. COULTER, M. (2005). Administración. Octava Edición. Pearson Education. México.

THOMPSON I. (2008). Definición de Administración. www.promonegocios.net

WERTHER, W. B. y DAVIS, K. (2008). Administración de Recursos Humanos. Mc.Graw Hill Interamericana. Sexta Edición. México, D.F.

WITHERS, J. y VIPPERMAN, C. (2006). Marketing de Servicios. Grupo Patria Cultural, Editorial Continental. 181 pp.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE POSGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS (MBA)

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA FUNDACION QUEVEDO ES MI CIUDAD

Objetivo General: Evaluar la gestión administrativa financiera y su incidencia en la calidad del servicio de la fundación Quevedo es mi ciudad.

1. **¿Qué tipos de servicios ha utilizado usted en las instalaciones de la Fundación Quevedo es mi Ciudad (malecón Eloy Alfaro).?**

Ninguno

Juegos Recreacionales

Parqueadero

Salón de eventos

Servicios de comidas

2. **Del servicio que utilizo, considera usted que la Fundación Quevedo es mi Ciudad cuenta con el suficiente espacio físico para el desarrollo de sus actividades.**

SI

NO

3. **¿Cómo califica usted la calidad del servicio que brinda la Fundación Quevedo es mi ciudad en el manejo de sus instalaciones?**

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

4. ¿Considera usted que el personal operativo de la Fundación Quevedo es mi Ciudad está capacitado para brindar el servicio en sus instalaciones?

SI

NO

5. ¿Cómo califica usted el servicio de seguridad que brinda la Fundación Quevedo es mi Ciudad?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

6. ¿Considera usted que las actividades realizadas por la administración de la Fundación Quevedo es mi Ciudad es?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

7. ¿Considera usted que la Fundación Quevedo es mi Ciudad cuenta con una administración?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

8. ¿Considera usted la implementación de un departamento de planificación en la Fundación Quevedo es mi ciudad para ofrecer nuevos servicios para su satisfacción?

SI

NO

9. ¿Para su satisfacción que tipo de servicios le gustaría que implementara la Fundación Quevedo es mi Ciudad?

Deportivo

Cultural

Social

Motos Acuáticas

Tecnológicos



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO

UNIDAD DE POSGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS (MBA)

ENCUESTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO DE LA FUNDACION QUEVEDO ES MI CIUDAD.

1. ¿Conoce usted si la Fundación Quevedo es mi Ciudad cuenta con un manual de control interno para brindar un servicio de calidad a la comunidad del Cantón?

SI

NO

2. ¿Cree usted que el servicio que está brindando la Fundación Quevedo es mi Ciudad a los usuarios del Cantón Quevedo es?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

3. ¿Considera usted que la gestión administrativa, financiera y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad es?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

4. ¿Cree usted que el proceso de adquisiciones de obras en la Fundación Quevedo es mi ciudad está articulado en el plan de adquisiciones y al presupuesto institucional.

SI

NO

5. ¿Considera usted que el proceso de adquisiciones de obras en la Fundación Quevedo es mi Ciudad se lo ejecuta según lo presupuestado y planificado?

SI

NO

6. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de un departamento de planificación para la elaboración y ejecución del plan operativo anual de la Fundación Quevedo es mi Ciudad?

SI

NO

7. ¿Cree usted que el departamento de planificación mejorará la gestión administrativa, financiera y de servicio de la Fundación Quevedo es mi Ciudad?

SI

NO





