



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

TITULO DEL PROYECTO

“Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado”.

CARRERA:

INGENIERIA COMERCIAL

AUTOR:

JORGE LUIS CARBO VÉLEZ

TUTOR:

ING. EDUARDO ESPINOZA SOLIS MAE.

MILAGRO, ABRIL 2014.

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de “**Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado.**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **Ingeniero Comercial.**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por el Egresado

Jorge Luis Carbo Vélez

C.I

TUTOR

Ing. Eduardo Espinoza Solís MAE.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El egresado Jorge Luis Carbo Granizo por medio de este documento, entrego el proyecto “**Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado**” del cual me responsabilizo por ser el autor del mismo y tener la asesoría personal del Ing. Eduardo Espinoza Solís

Milagro, Abril del 2014.

Jorge Luis Carbo Vélez

DEDICATORIA

A Dios por iluminarme y ser mi inspiración en todos los objetivos delineados en mi vida y por ser la razón de mi fuerza en los momentos de adversidades. A mis Padres que son la razón de mi vida, las personas a quienes no me alcanzará la vida para agradecerles todo lo que han hecho por mí para ser un hombre de bien, por enseñarme ir en la vida por el camino del bien y ser guía y ejemplos en cada paso de mi vida. Gracias a ellos puedo decir que soy una persona correcta, que crecí en un hogar lleno de amor y buenos valores y donde mi única meta es ser recíproco con ellos y con mis semejantes.

A mi tutor por su apoyo incondicional que a más de ser un excelente profesional, he llegado a sentir que es mi amigo en quien puedo confiar sin pensarlo un gran guía, le agradezco por compartir sus conocimientos y experiencias y por motivarme a ser mejor cada día.

AGRADECIMIENTO

Sería un pecado olvidar algún nombre de todas aquellas personas a las que quisiera agradecer por apoyarme, guiarme e inspirarme a ser cada día mejor tanto en el ámbito personal como profesional, simplemente puedo desearles éxitos en sus vidas y decirles que en mi encontrarán siempre una persona transparente, honesta y confiable, y que espero hacer todo lo posible para retribuir todas aquellas acciones que hicieron por mí.

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA	()
CIENTÍFICA	
DEFENSA	()
ORAL	
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

SEÑOR MAGÍSTER

JAIME OROZCO HERNANDEZ

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

CIUDAD.-

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer la entrega de la Cesión de Derecho de Autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi título de tercer nivel, cuyo tema fue **“Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado”**.

Y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, abril del 2014

Jorge Luis Carbo Vélez.

Firma del egresado

C.I. 0926475401

RESUMEN

Palabras claves:

Servicio al afiliado, Rediseño, señalética, Agencia, Seguridad social.

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad evidenciar la falta de atención oportuna con calidad y calidez por parte de los servidores de las ventanillas universales de atención al cliente en la Agencia del IESS de la ciudad de Milagro, ya que los diferentes usuarios, empleadores, afiliados, derechohabientes y demás personas que requieren de los servicios y prestaciones que brinda la Agencia del IESS, en esta ciudad, no se sienten satisfechos con la atención recibida, así como también manifiestan que la infraestructura de las instalaciones y su personal no es la adecuada y que las diferentes áreas y dependencias no son de fácil acceso por falta de seguridades en las instalaciones como gradas y pasillos, incluyendo la falta de señalética ocasionando constantes molestias y retardos en los diferentes tramites que los usuarios requieren generalmente con premura; por lo que luego de realizada la exploración in situ, identificados los diferentes inconvenientes mediante herramientas de investigación, como encuestas, entrevistas y observaciones de forma interna y externa, considerando que Milagro es la segunda ciudad de importancia de la provincia, reflejando pujanza, trabajo y progreso en una zona industrial, agrícola y comercial, así mismo mantiene un crecimiento poblacional urbanístico como rural, por ello, hay más exigencias de los afiliados afectados en su salud, esto implica cambios; teniendo como base principal aplicar el sistema comunicacional entre los usuarios, por lo tanto alberga el mayor porcentaje de registros de empresas, empleadores y afiliados, producto de lo cual la mayor parte de trámites y requerimientos de diferentes índole que requieren del IESS se lo realiza en esta ciudad, consecuencia de ello y producto de la indagación pertinente, el investigador ha creído conveniente realizar una propuesta de un Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado, que permita satisfacer las necesidades de los afiliados y usuarios en general, en esta importante ciudad de comercio y desarrollo.

ABSTRACT

Keywords:

Member Services, Redesign, Signage, Manager, Social security.

This research work aims to demonstrate the lack of timely quality care and warmth by universal windows server customer in IESS Agency City Miracle, as different users, employers , affiliates , beneficiaries and others who require the services and benefits provided by the Agency IESS , in this city, not satisfied with the care provided , as well as state that the infrastructure facility and its staff is not adequate and that different areas and departments are not easily accessible due to lack of assurances on site as stairs and hallways , including the lack of signage causing constant discomfort and delays in the different steps that users generally require urgently ; so after the on -site examination, the different problems identified by research tools such as surveys , interviews and observations internally and externally , whereas Miracle is the second largest city of the province, reflecting strength, work and progress in industrial, agricultural and commercial area , also maintains an urban and rural population growth , so there are more demands of the affected enrollees in their health, this implies changes ; having as main base communications system applying between users , therefore home to the largest percentage of company records , employers and members, a result of which the majority of procedures and requirements that require different kinds of IESS it takes in this city, result and product of the relevant inquiry , the researcher has seen fit to make a proposal of a redesign of the organizational structure of the agency IESS Miracle in order to improve care and member satisfaction , which will satisfy the needs of members and users in general, in this important city of trade and development.

ÍNDICE GENERAL

Tabla de contenido

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	vi
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCION.....	15
CAPITULO I.....	16
EL PROBLEMA.....	16
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN	16
PRONOSTICO	17
CONTROL DE PRONÓSTICO.....	18
1.1.2 Delimitación del problema	18
1.1.3 Formulación del problema.....	18
1.1.4 Sistematización.....	18
1.1.5 Determinación del tema.....	19
1.2 OBJETIVOS	19
1.2.1 Objetivo general	19
1.2.2 Objetivos específicos.....	19
1.3 JUSTIFICACION	20
CAPITULO II	22
MARCO REFERENCIAL	22
2.1 MARCO TEORICO	22
2.1.1 Antecedentes históricos	22
2.1.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES	27
2.1.3 FUNDAMENTACIÓN.....	32
2.2 MARCO LEGAL	41
2.3 MARCO CONCEPTUAL	42
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES.....	45

2.4.1 Hipótesis general	45
2.4.2 Hipótesis particulares	45
2.4.3 Declaración de variables.....	46
2.4.4 Operacionalización de las variables	46
CAPÍTULO III	47
MARCO METODOLÓGICO	47
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL....	47
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA	48
3.2.1 Características de la población	48
3.2.2 Delimitar la población.	48
3.2.3 Tipo de la muestra.	48
3.2.4 Tamaño de la muestra	49
n = 383	50
3.2.5 Proceso de selección.....	50
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	50
3.3.1 Métodos teóricos o procedimientos lógicos	50
3.3.2 Métodos empíricos complementarios.....	51
3.3.3 Técnicas e Instrumentos	51
3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION	52
CAPÍTULO IV	53
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	53
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.	53
4.2 Interpretación de resultados.....	53
ENTREVISTA DIRIGIDA AI GERENTE DE TRUJILLO Y ASOCIADOS	67
RESULTADO DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA	68
CAPITULO V.....	71
PROPUESTA.....	71
5.1. TEMA	71
5.2. JUSTIFICACIÓN.....	71
5.4. OBJETIVOS	72
5.4.1 Objetivo General.....	72
5.4.2 Objetivos Específicos	72
5.5 UBICACIÓN	72
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	73
Soluciones Tecnológicas.....	104
5.5 ACTIVIDADES	104

5.6 Recursos, Análisis Financiero.....	106
5.6.1 RECURSOS FINANCIEROS	107
5.6.2 IMPACTO.....	108
5.7 CRONOGRAMA DEL TIEMPO DE APLICACIÓN.....	109
5.7.1 LINEAMIENTO PARA EVALUAR LA PROPUESTA.	110
CONCLUSIONES.....	111
RECOMENDACIONES	112
BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	113
ANEXO 2	119
ANEXO 4	120
ANEXO 5	121
ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE TRUJILLO Y ASOCIADOS.....	121
ANEXO 6	122

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1	Sexo de afiliados encuestados.....	<u>53</u>
CUADRO 2	Edad de los afiliados encuestados	<u>54</u>
CUADRO 3	Solicita informacion a la Agencia.....	<u>55</u>
CUADRO 4	Informacion dada es la necesaria	<u>56</u>
CUADRO 5	Conocimiento de funcionarios	<u>57</u>
CUADRO 6	Atencion brindada al afiliado.....	<u>58</u>
CUADRO 7	Imagen Institucional	<u>59</u>
CUADRO 8	Conocimiento de Servicios.....	60
CUADRO 9	Utilizacion de Herramientas Electronicas	61
CUADRO 10	Atencion a quejas manifestadas	<u>62</u>
CUADRO 11	Como califica el area de espera.....	<u>63</u>
CUADRO 12	Verificacion de Hipotesis	<u>69</u>
CUADRO 13	Análisis FODA.....	<u>96</u>
CUADRO 14	Análisis FODA-DODA	<u>97</u>
CUADRO 15	Recursos Análisis Financiero.....	<u>106</u>
CUADRO 16	Recursos Financieros.....	107
CUADRO 17	Cronograma del tiempo de aplicación.....	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Sexo de afiliados encuestados.....	<u>53</u>
GRÁFICO 2 Edad de los afiliados encuestados	<u>54</u>
GRÁFICO 3 Solicita informacion a la Agencia.....	<u>55</u>
GRÁFICO 4 Informacion dada es la necesaria.....	<u>56</u>
GRÁFICO 5 Conocimiento de funcionarios	<u>57</u>
GRÁFICO 6 Atencion brindada al afiliado	<u>58</u>
GRÁFICO 7 Imagen Institucional	<u>59</u>
GRÁFICO 8 Conocimiento de Servicios	<u>60</u>
GRÁFICO 9 Utilizacion de Herramientas Electronicas.....	<u>61</u>
GRÁFICO 10 Atencion a quejas manifestadas.....	<u>62</u>
GRÁFICO 11 Como califica el area de espera.....	<u>63</u>
GRÁFICO 12 Ubicación del IESS	<u>71</u>
GRÁFICO 13 Logotipo del IESS	<u>72</u>
GRÁFICO 14 Organigrama del IESS	<u>74</u>

INTRODUCCION

En las últimas décadas, el tema de la calidad se ha vuelto obligatorio en las empresas tanto productivas como de servicios, debido a que cada vez más clientes exigen que se garantice todo el proceso realizado hasta llegar al producto o servicio final.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar la relación directa que existe entre la atención al cliente por parte del personal del IESS agencia Milagro del estilo de dirección utilizado por los gerentes y mandos medios en la consecución de resultados y en el crecimiento de la empresa pública que administran.

La investigación surge debido a la gran relevancia e importancia que se la ha dado en los últimos años al liderazgo empresarial dentro del nivel de la salud, un tema del cual se ha hablado mucho pero existen muy pocos estudios que muestren de manera precisa la importancia de un líder dentro de una organización. Se considera que el prestar una atención al afiliado, puede traer resultados negativos sobre las apreciaciones de los afiliados: Se pierde la seguridad y no crea veracidad. En cambio, una atención rápida y sin injusticias, puede causar una grata impresión y ocasionar que el afiliado se vuelva fiel al servicio.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN

El IESS es una institución de salud que alberga más de 60.000 afiliados, la cual está bien distribuida en cada una de sus áreas y cuenta con un personal altamente capacitado, sin embargo, la deficiencia comunicacional en atención al cliente que se maneja interna y externamente está afectando las relaciones entre usuarios, esta situación se origina puesto no existe una Jefatura de atención al público que optimice la información tanto para el usuario interno como externo, lo cual genera una mala imagen a esta Institución.

La falta de coordinación entre jefes departamentales se da debido a que no se realizan reuniones periódicas donde se expongan, sugerencias, iniciativas y manejo de información con respecto a las actividades a realizarse para evitar desinformación que atrase el trabajo de los funcionarios así como a los pacientes quienes son la prioridad ante cualquier suceso que pase dentro de la institución.

El sector salud es considerado también una organización en la cual los usuarios constituyen el elemento vital e impulsor de las organizaciones, ya que hacia ellos va dirigido el producto o servicio final; por ello desde una organización pública como las postas hasta una organización privada como clínicas nos manifiestan que el tratamiento efectivo al público ha sido y es una

de las herramientas principales para la captación y mantenimiento de su clientela. Asimismo tenemos una herramienta fundamental que destaca en algunas organizaciones como es el Kaizen-Gemba¹, la cual es una metodología sistemática que se ha desarrollado con el fin de facilitar el valor de satisfacer al cliente y mantener incentivados a los trabajadores para el buen desempeño de sus funciones, sobre todo para que se sientan orgullosos de sus empleos y valoren el aporte que hacen en su empresa y a la sociedad.

La OMS (2003) menciona que la calidad de atención en el sector salud pública no depende solamente de los recursos financieros de una nación, sino también de su compromiso con el bienestar de sus ciudadanos, la eficiencia de su gobierno y la transparencia de sus empresas privadas. El gobierno, las empresas privadas y la ciudadanía debe decidir colectivamente el futuro que debe tener el sector salud antes de que el sistema de salud se convierta en el peor dolor de cabeza del gobierno.

Debido a esto, en los últimos años las tendencias administrativas privadas se han dirigido hacia la creación de una cultura de servicio por medio de enfoques gerenciales que proporcionan métodos y herramientas para transformar una organización en un negocio dirigido al cliente y orientado hacia el servicio, consagrando la excelencia como el norte de cualquier acción emprendedora

Por lo tanto, el servicio ofrecido por una entidad pública como lo es el IESS Agencia-Milagro del área de salud debería poseer algunos elementos indispensables que independientemente y colectivamente influyen de manera directa en la satisfacción del afiliado convirtiendo la responsabilidad del mismo en universal para todos los elementos que la conforman, por consiguiente la atención al afiliado comprende todas las actividades que la entidad o sus empleados desarrollan o efectúan, para satisfacerlos, implicando algo más que oír sus quejas, cambiar un servicio y sonreír ante ellos.

PRONOSTICO

El que la Institución siga manejándose con deficiencias en el aspecto de atención al cliente se verá afectada considerablemente las relaciones entre usuarios, por lo cual la institución proyecta una mala imagen, la cual influye en

¹<http://clubensayos.com/imprimir/Calidad-De-Atencion-Al-Cliente/8493.html>

la productividad de esta entidad de salud.

CONTROL DE PRONÓSTICO.

Para evitar el pronóstico es necesario optimizar las relaciones entre usuarios a través de un departamento de atención al usuario el cual optimice el manejo de la información, la cual sea comunicada por los distintos medios que se utilizan en la entidad, con la finalidad de que la institución proyecte una buena imagen

1.1.2 Delimitación del problema

Campo: Ingeniería Comercial.

Área: Organizacional.

Aspecto: Servicio, liderazgo, dirección.

Espacio: Guayas

Tiempo: Esta investigación se realizará en la Agencia IESS-Milagro, la misma que facilitará la información para realizar el respectivo análisis de la problemática. Esta información será recopilada mediante la revisión de investigaciones bibliográfica, Web gráfica y documental que tendrá una antigüedad no más de 5 años.

Universo: funcionarios y afiliados

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo afecta la adecuada estructura organizacional del IESS Agencia Milagro en la atención y satisfacción de los afiliados?

1.1.4 Sistematización

- ¿Qué ocasiona un estilo de dirección autocrático en el comportamiento del talento humano dentro de una organización?
- ¿Cómo afecta la falta de coordinación en el manejo de la información interna del IESS Agencia Milagro?

- ¿De qué manera afecta la ausencia de capacidades y/o habilidades gerenciales para fomentar un equipo de trabajo de alto rendimiento en las organizaciones?
- ¿Cómo inciden los prejuicios y paradigmas de los gerentes y mandos medios en la toma de decisiones?

1.1.5 Determinación del tema

Análisis de la Estructura Organizacional del IESS Agencia Milagro y su impacto en la atención y satisfacción de los afiliados.

1.2OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Analizar la afectación en la atención y satisfacción de los afiliados del IESS Agencia Milagro por la falta de una adecuada estructura organizacional.

1.2.2 Objetivos específicos

- Analizar que ocasiona un estilo de dirección autocrático en el comportamiento del talento humano dentro de una organización.
- Demostrar de qué manera afecta la ausencia de capacidades y/o habilidades gerenciales para fomentar un equipo de trabajo de alto rendimiento en las organizaciones.
- Diagnosticar las características de los procesos de atención al cliente en la agencia IESS de la ciudad de Milagro.

- Describir el proceso de planeación estratégica dirigido a la implantación de un sistema de calidad en las operaciones para mejorar los servicios de atención al cliente.
- Demostrar de que manera los prejuicios y paradigmas de los gerentes y mandos medios inciden negativamente en la toma de decisiones y en nuevas oportunidades de negocio.

1.3 JUSTIFICACION

El presente trabajo resulta valioso por las siguientes razones:

Hoy en día, con el auge y demanda de afiliados que cuenta el Hospital del IESS-Milagro, en su caja de seguro, además de los servicios que presta esta importante casa de salud, no solo para los habitantes milagreños, sino también para las zonas de influencia, que se sitúan alrededor de la urbe, la calidad de atención al afiliado se considera como uno de los temas más importantes de las entidades públicas en la actualidad, asimismo, si los afiliados están satisfechos con la calidad de atención que se les brinda, retornaran una y otra vez para adquirir sus servicios.

Para ser profesionales en el mundo actual hay que brindar servicios de alta calidad y eficiencia. Actualmente la atención al afiliado es una característica muy apreciada para él, este busca rapidez, confiabilidad, eficiencia, y garantía como algunas cualidades esperadas en la adquisición de un servicio.

Es por esta razón que se establece la necesidad de realizar una investigación que recoja y analice las percepciones y expectativas de los afiliados, cuyos resultados establezcan un punto de apoyo para la gerencia de la agencia y que sea de utilidad para la toma de decisiones y el diseño de estrategias que originen una mejora para la prestación del servicio al afiliado.

De tal modo este tema generará mayor interés de los empresarios y afiliados del sector salud, respecto a la Calidad del Servicio de Atención al Cliente que

se brinda a los afiliados de la Agencia del IESS en la ciudad de Milagro, dando respuesta a las inquietudes correspondientes al desempeño de los mismos. Y a partir de ello exigir a los altos ejecutivos a tomar interés en el estudio de este tema y ayudar con herramientas para la solución del mismo.

Además será una investigación de interés público, donde los resultados encontrados, ayudará a que las autoridades entiendan la importancia que tiene la presente variable "Calidad del Servicio de Atención al Cliente"; y así el área de salud no deje de evaluar la calidad del servicio al afiliado que toda entidad debe prestar.

De esta manera este proyecto es viable porque se desarrollara en una agencia muy importante. El beneficio que se podrá obtener mediante esta investigación es el desarrollo del bienestar de los afiliados al tratarse de un análisis acerca de factores externos de las personas y como pueden contribuir de manera directa en la institución.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes históricos

A nivel internacional² Ramírez – Sánchez y Col (1998) en su trabajo “Percepción de la calidad de la atención de los servicios de Salud en México”: perspectiva de los usuarios. Se encontró que el 81.2% de los usuarios percibió que la atención recibida fue buena y 18.8% mala. Los principales motivos que definen la calidad como buena fueron el trato personal 23% y mejoría en salud 11.8%, los motivos de mala calidad fueron largos tiempos de espera 23.7% y la deficiencia en las acciones de revisión y diagnóstico 11.7%

* Chang de la rosa et al (2000) En el estudio de “Satisfacción de los Pacientes con la atención Médica” efectuado en los policlínicos principales de Urgencias del Municipio 10 de Octubre , Cuba ,se encontró que en una muestra de 328 pacientes la satisfacción era menor que la espera y la insatisfacción estuvieron por encima de los límites establecidos . Los elementos que guardaron mayor relación con respecto que brinda los servicios de salud.

* Velásquez (2001) en su trabajo “Calidad de atención en el instituto Nacional de Neurología Y Neurocirugía. Manuel Velasco Suarez. Punto de vista del usuario. Fue un estudio descriptivo se obtuvo 125 encuestas de opinión mediante un cuestionario auto aplicado. La opinión sobre el personal, servicio, instalaciones y limpieza fue de bueno a excelente, pero hay que tener en

²<http://clubensayos.com/imprimir/Calidad-De-Atencion-Al-Cliente/8493.html>

cuenta que el porcentaje de respuestas que se obtuvo fue bajo 25 %

* Reveros y Col 82003) en su trabajo “estudio de la Satisfacción en Servicio Públicos de Salud. Universidad Austral de Chile. Se realizó un muestreo proporcional, con una muestra de 200 pacientes; 75 % en consultorio externo y 25 % de hospitalización. El trato otorgado por el personal es el que mayor incide en este aspecto, otros factores importantes son la orientación del establecimiento y en tercer lugar los aspectos relativos al ofrecimiento de la información al usuario y a la coordinación entre los servicios internos

A nivel Nacional:

En el ámbito nacional se ha realizado investigaciones sobre calidad de la atención de los servicios de salud; la consulta externa es el área que más se ha trabajado en lo que se refiere a la evaluación de la calidad a través de la perspectiva del usuario.

* Del Castillo (1997); en su trabajo “Calidad de Atención en el Servicio de Obstetricia del Hospital Arzobispo Loayza: enfoque desde el punto de vista de la paciente” y cuyo objetivo estuvo orientado a recoger la impresión que tenían los pacientes que acuden a atenderse al Servicio de Obstetricia del Hospital Arzobispo Loayza respecto al tipo de atención al tipo de atención que reciben, encontró que el 80% de pacientes manifestó total satisfacción, el 16,7% refirió estar moderadamente satisfechas y el 33.3% estuvo poco o nada satisfechas con la atención recibida, la muestra de este estudio estuvo constituida por 150 pacientes.

* Álvarez et al (1999); realizaron un estudio en el Hospital III Víctor Lazarte Echegaray de Essalud – Trujillo cuyo objetivo estuvo orientado a evaluar la calidad en la atención del médico en el servicio de emergencia. El propósito de este trabajo fue identificar el perfil de Calidad en la Atención al Cliente en el Servicio de Emergencia según opinión confrontada entre el usuario y el médico en ejercicio.

En una muestra de 40 médicos y 360 pacientes encontraron que el 95% de los facultativos creen que ellos brindan trato adecuado al paciente, desconociendo el forma absoluta el maltrato. En cambio la opinión del paciente esta porcentual mente compartida entre aquellos que opinan favorable y desfavorablemente. El

67.5% de los médicos percibe que el facultativo tiene capacidad profesional suficientemente adecuada pero el 52.5% no; mientras que el 59% de los beneficiarios opinaron que si lo son.

* Mateo (1998) en sus estudios “Satisfacción de la paciente obstétrica contralada en el Hospital Cayetano Heredia” midió el grado de satisfacción de las pacientes que acudieron a atenderse al consultorio externo de obstetricia de ese hospital con respecto a la atención recibida. Mediante un estudio descriptivo trasversal tipo encuesta, en una muestra de 70 pacientes, concluyo que el 60% refirió gran satisfacción con la atención y el trato brindado por parte del personal. El 35.7% refirió estar moderadamente satisfechos y el 4.3% estuvieron poco o nada satisfechos con la atención recibida. Dentro de los aspectos positivos de la atención mencionados por los pacientes se ubicaron por charlas educativas.

Los aspectos que podrían afectar de manera negativa la atención en el consultorio externo de obstetricia son el tiempo de espera y fallas detectadas en la comunicación, trato de interés e personal hacia las necesidades de la paciente.

* Ramos (1999); realizo un estudio comparativo basado en los análisis de algunos aspectos de la Relación Médico – Paciente generada durante la atención; la muestra estuvo conformada por 164 y 192 pacientes del Hospital Cayetano Heredia y Arzobispo Loayza respectivamente y los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes: el 66.1% de los pacientes encuestados en el Hospital Cayetano Heredia consideraron lo mismo no existiendo diferencias estadísticas significativas a favor del Hospital Loayza al comparar las respuestas a las preguntas relacionadas al deseo que el médico dedique más tiempo, a la sensación que el médico atiende demasiado rápido y el interés del médico en los antecedentes familiares de la enfermedad.

* Tipacti (2000); realizo un trabajo con el propósito de evaluar la Calidad de la Atención en el Servicio de Consulta Externa de Obstetricia en cinco Hospitales de Lima Metropolitana y el Callao. Mediante un estudio trasversal analítico en una muestra de 470 pacientes; 109 médicos y 108 técnicos arribo a los siguientes resultados: solo el 69% de las pacientes manifestó que la atención recibida fue buena, el 80% de pacientes refirió que lo que más le molesta de

acudir a consultorios externos es la pérdida de tiempo y las colas. Solamente el 15% del personal médico opino que las condiciones de trabajo eran buenas y el 37% estuvo satisfecho con el trabajo que realizan; así mismo el 50% del personal técnico indicaron que lo que más les molesta en su lugar de trabajo son las condiciones físicas materiales en que trabajan.

* Sifuentes (2000) en su tesis "Uso exploratorio del SERVQUAL en la evolución de la calidad del servicio de Pediatría del Hospital Nacional Cayetano Heredia realizó un estudio transversal prospectivo, con una muestra que estuvo conformada por 250 encuestados; se encontró un alto nivel en las expectativas de los usuarios del servicio de Pediatría. el 97.9% respondió tener las expectativas al tope que refleja el nivel de exigencia de los usuarios. En la Priorización de las dimensiones el 46.2% opinan que la dimensión más importante es la respuesta pronta, en segundo lugar la dimensión de tangibilidad. Esto significa que los usuarios están conformes con la infraestructura siendo su mayor expectativa un trato amable, pero lo más importante es que solucionen el problema de salud de sus hijos de manera rápida y efectiva

* Vicuña (2000) en su trabajo "Evaluación del nivel de satisfacción sobre la calidad del servicio en usuarios Hospitalizados y su familiar acompañante en el servicio de obstetricia del Hospital Nacional Hipólito Unanue; realizó un estudio descriptivo transversal con. Una muestra de 66 pacientes y 34 acompañantes encontró que tanto pacientes como acompañantes percibieron altos niveles de satisfacción por la atención a la paciente (86.6% paciente y 72.4% familiares).El motivo de sustento de satisfacción más frecuente señalado fue la calidez en la atención (84.5% pacientes vs. 47.7% acompañantes). No se encontró asociación entre diferentes tipos de expectativas y la satisfacción declarada. Junto a los altos niveles de satisfacción, las pacientes declararon una considerable variedad de funciones en los diferentes ejes examinados (92.5% de usuarios con quejas). Elementos tangibles: Insuficiencia de camas para recibir a las paciente (34.9 %) y ausencia de cambio de ropa de cama en forma diaria (37%) en el eje de capacidad de respuestas, demora del paciente para atender a los pedidos (64.6%).

* Sánchez (2003) en sus tesis Satisfacción del centro de Salud Max Arias

Schreiber y factores que contribuyen a su satisfacción. Se realizó un estudio descriptivo transversal, con una muestra de 317 usuarios. Se encontró que la opinión de los encuestados en cuanto a la calidad de la atención recibida fue en líneas generales favorable, las causas de insatisfacción fueron, impuntualidad, abandono del servicio, pérdida de historias clínicas, tiempo de espera prolongado y atención de quejas en muy pequeño porcentaje.

Hospital del IESS-Milagro³

En Milagro por el año 1940 fue creado el primer dispensario de atención ambulatoria con un médico general, después de aproximadamente 2 décadas se crea el dispensario con el nombre de Unidad Médica #30 ubicado en las calles Rocafuerte entre García Moreno y 24 de mayo, lo que permitió el incremento de cobertura. En la década del 70, al incrementarse la demanda de usuarios la Unidad Médica mejoró la infraestructura y recursos humanos para la atención en salud, con capacidad de 24 camas, servicio de quirófano, hospitalización y sala de parto.

El 10 de mayo del 2004 se inauguró el moderno edificio en la ciudadela San Miguel, comúnmente conocida como 100 camas, al Sur de la ciudad en la avenida Miguel Campodónico Martínez, ahora con la nomenclatura de Dr. Vicente Asan Ubilla, entre las calles Manuel Ascáubi y calle D, a 800 metros del destacamento de la Policía Nacional. En el año 2005 pasó a denominarse Hospital Dr. Federico Bolaños Moreira en honor al distinguido galeno, como uno de los principales fundadores de la institución.

Actualmente siendo nivel 2, cuenta con 100 camas hospitalarias, además de un área de pediatría totalmente implementada. Esta institución cubre de atención médica a aproximadamente 60.000 afiliados que abarca no solamente a la ciudad de Milagro, sino todos sus alrededores como son Bucay, Naranjito, Marcelino Maridueña, Ingenio San Carlos, todos los recintos correspondientes a Mariscal Sucre, Los Monos, Virgen de Fátima, Naranjal, y posee cobertura a todo el Seguro Social Campesino de los dispensarios del IESS.

El tipo de beneficiarios de esta institución son los usuarios que tienen seguros individuales y familiares, jubilados, seguros campesinos, montepío, voluntarios,

³Datos históricos proporcionados por el área administrativa del Hospital del IESS-Milagro.

riesgos laborales y pacientes que no son afiliados y necesitan atención de emergencia.

La principal vía de acceso se encuentra totalmente habilitada, se puede llegar en cualquier tipo de transporte, pero la única línea de servicio público urbano es la #10, la cual pasa cada 15 minutos. Además el hospital cuenta con un moderno helipuerto y en algunas ocasiones ha prestado servicio en coordinación con la Base Aérea, la Policía Nacional y el Cuerpo de Bomberos.

El presupuesto asignado anualmente aborda los 8 millones de dólares. El 70% del presupuesto institucional se lo utiliza para pagos de servicios personales, el 25% de activos de larga duración y el 7% de servicio básico. La patología con mayor porcentaje es la Hipertensión Arterial con el 45% relacionado a que la mayoría de los pacientes son de la tercera edad, los mismos que también sufren de diabetes con un 11%.⁴

2.1.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES

Los antecedentes referenciales de este estudio están basados en los siguientes trabajos de investigación:

Institución: Universidad del Zulia

Tema: Estilos de liderazgo y sus enfoques gerenciales

Autor: Soc. Marbelis C. Ramírez

Año: 2006

La presente investigación tuvo como objetivo explicar los estilos de liderazgo y sus enfoques gerenciales. Para ello se estudiaron un cuerpo de teorías representadas a los estilos de liderazgo y los enfoques de la gerencia, de un grupo seleccionado de autores contemporáneos. Metodológicamente esta investigación es documental, para lo cual se aplicaron reglas y procedimientos intelectuales propios del método científico. Las técnicas utilizadas fueron la observación documental, el análisis de los documentos, y el instrumento utilizado fue la ficha bibliográfica que permitieron realizar una aproximación teórico-metodológica de las variables de estudio para entender el papel que juegan los líderes y gerentes en las metas propuestas en cualquier organización.

Se concluye que un estilo de liderazgo corresponde a un tipo específico de gerente, es decir, existe una relación intrínseca entre estilo de liderazgo y gerencia.

Institución: Universidad Andina Simón Bolívar

Tema: Liderazgo, gerencia y principios

Autor: Diego Angulo

Año: 2011

El autor de esta investigación el señor ANGULO, Diego ha hecho un profundo análisis acerca de la relación que existe entre el liderazgo, los principios y una administración gerencial de calidad.

Una de las conclusiones a la que llegó es sobre la gran influencia que ejerce la educación desde una temprana edad en el desarrollo de las capacidades interpersonales y de los principios.

Además afirma que la cultura de liderazgo que existe en el Ecuador es una fusión entre el mando y el control, es decir, es común observar organizaciones donde existe una explotación laboral muy marcada y que se caracteriza además por el poco o nulo apoyo que se da al crecimiento personal debido al estilo de liderazgo egoísta que lamentablemente existe en nuestro país y que es una de las principales razones del estancamiento de las empresas, del desarrollo organizacional y por ende del País.

Finalmente concluye afirmando una realidad que hemos reconocido en la investigación que hemos empezado como lo es la imperativa necesidad que existe de cambiar los viejos y caducos paradigmas acerca de la forma de gerenciar ya que lo único que hace es hundirnos en el pasado y no nos permite sembrar el presente para construir un futuro mejor.

Este trabajo es un gran aporte a nuestra investigación ya que hemos podido comprobar que un liderazgo sin principios no existe y que si queremos alcanzar un desarrollo organizacional debemos estar abiertos al cambio y a una formación constante con el fin de innovar y responder a las exigencias del

mercado⁴.

(ANGULO SANCHEZ, 2001)

Institución: Escuela Politécnica del Ejercito

Tema: Influencia de la motivación en el desempeño laboral de la empresa DAPALAUTO S. A.

Autor: Jhoana Viteri

Año: 2011

Según VITERI, Jhoana, la creadora de esta investigación, este trabajo le dejó un sin número de conclusiones las cuales pueden certificar que la motivación está directamente relacionada con muchos aspectos como la atención al cliente, el absentismo, la productividad, la iniciativa, la innovación, y otros factores necesarios para el desarrollo organizacional.

A las conclusiones que llegó fue que en la empresa objeto de estudio se ha venido presentando desde hace ya algún tiempo una marcada desatención de los directivos hacia los empleados, es decir, no existe comunicación entre ambas partes haciendo nulo el proceso de retroalimentación.

Es por eso que el personal que labora en dicha organización presenta una falta de motivación para realizar su trabajo y también se puede observar un elevado nivel de conflictos internos como consecuencia de la inexistencia del trabajo en equipo.

Al finalizar el trabajo se recomienda la implementación de un plan de desarrollo organizacional y por ende la contratación de una persona profesional en el área de recursos humanos la cual pueda emprender dicho proceso de manera técnica y poder dar seguimiento a la aplicación del nuevo proceso.

Dicho trabajo de investigación nos sirve para verificar la influencia que existe entre el nivel de motivación laboral y el nivel de resultados obtenidos, esto depende en su mayoría al tipo de liderazgo que posean sus directivos, por lo tanto podemos fundamentar la importancia de ciertas capacidades

⁴ANGULO, Diego; *Liderazgo, gerencia y principios*. Quito, 2011, 120 p. Tesis maestría en dirección de empresas. Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador. Área de gestión.

interpersonales en los gerentes de una organización y demostrar que el liderazgo es absolutamente necesario en el desarrollo organizacional⁵.

(Jhoana, 2011)

Institución: Universidad de Salamanca

Tema: La Inteligencia Emocional, la Autoeficacia para el liderazgo y su vinculación grupales, cognitivos y de desempeño

Autor: José Villanueva

Año: 2008

De acuerdo al trabajo realizado por VILLANUEVA, José en esta investigación podemos analizar de manera más profunda el impacto que ejerce la inteligencia emocional de un líder en el comportamiento de sus subordinados, esto daría peso al argumento de que las personas son más susceptibles de ser influenciadas por personas conocidas y de las cuales se tiene absoluta confianza.

Otro dato muy importante para nuestra investigación es que la inteligencia emocional de los líderes tiene influencia directa sobre el estado de ánimo del líder después de pasar por una inducción emocional, es decir, aquellos sujetos que comprenden y dan mucho valor a sus emociones pueden ejercer un mayor control sobre las mismas⁶.

Institución: Universidad Técnica Particular de Loja

Tema: Gestión, liderazgo y valores en la Escuela “Brasil “de la Provincia del Azuay Cantón Gualaceo durante el año escolar 2010 – 2011

Autor: Rosa Guaraca

Año: 2012

El autor de este trabajo el señor GUARACA CARDENAZ ha realizado un estudio minucioso a una institución educativa para determinar el tipo de

⁵VITERI, Jhoana; Influencia de la motivación en el desempeño laboral en la empresa Dapalauto S.A, Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio, Escuela Politécnica del Ejército, Sangolqui 2011.

⁶VILLANUEVA, Jose; La Inteligencia Emocional, la Autoeficacia para el liderazgo y su vinculación grupales, cognitivos y de desempeño, Universidad de Salamanca España, 2008.

liderazgo y gestión existente en la misma obteniendo resultados favorables para dicha institución ya que en la mayoría de aspectos presentaron índices positivos, pero no por esa razón significa que están en óptimas condiciones.

En las recomendaciones se trata acerca de la inexistencia de una declaración de valores institucionales los cuales son indispensables, también se ha podido determinar que existen buenos jefes pero que no basta quedarse en la zona de confort y más bien recomienda aprovechar los cursos de capacitación que ofrece el gobierno con la finalidad de tener conocimientos actualizados y poder llevar a cabo gestiones de una manera eficiente y eficaz.

Este trabajo nos sirve para determinar la importancia que existe en una declaración de misión, visión y valores corporativos en el funcionamiento de una organización y la calidad del líder para poder transmitir todos estos conceptos de manera efectiva y motivadora⁷.

(GUARACA CARDENAZ, 2012)

Institución: Universidad Técnica Particular de Loja

Tema: Gestión, Liderazgo y Valores en la Unidad Educativa San Andrés de Quito durante el año lectivo 2011 – 2012

Autor: Alejandro Criollo

Año: 2012

Este análisis realizado por CRIOLLO, Alejandro a una institución educativa tiene como conclusión la importancia que tiene el tema de gestión, liderazgo y valores en las instituciones de formación académica.

Como recomendaciones el autor señala la importancia que existe en afianzar lazos entre compañeros de trabajo mediante convivencias de campo para que todos puedan observar las realidades de las personas y puedan tener un punto de vista más humano lo que resulta positivo ya que se lograría una sinergia positiva en el grupo de trabajo lo que conllevaría a un trabajo en equipo.

Este trabajo sirve de manera positiva a nuestra investigación ya que aporta ideas innovadoras acerca de cómo afianzar lazos entre grupos de personas

⁷GUARACA, Rosa; *Gestión, liderazgo y valores en la Escuela "Brasil" de la Provincia del Azuay Cantón Gualaceo durante el año escolar 2010 – 2011*, Escuela de Ciencias de la Educación, Universidad Técnica Particular de Loja, 2012.

haciendo que cambien su punto de vista a uno más humano y que mediante el trabajo en equipo puedan resolver conflictos de una manera más madura⁸.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

Fundamentación científica

El presente estudio se fundamenta de la:

1. Teoría de los Rasgos

(Ralph Stogdill y Edwin Ghiselli):

"Teoría de los Rasgos"⁹ La personalidad se estudia en términos de la interacción de rasgos más o menos independientes, de actitudes o valores. "Los líderes nacen, no se hacen"

Podemos considerarla como surgida de, o basada en, la TEORÍA DEL GRAN HOMBRE. Se nutre de las diferentes teorías de la personalidad. Identifica las diferencias individuales, los atributos personales y los rasgos característicos atribuidos por esta corriente teórica al perfil de líder: Altos niveles de energía, inteligencia, intuición, capacidad y previsión.

Proponen, así mismo, algunos rasgos característicos identificadores del perfil de líder: Altos niveles de energía, tolerancia al estrés, integridad, madurez emocional y autoconfianza. Altos niveles de energía y tolerancia al estrés dotan de resistencia al individuo y permiten dar pronta respuesta a las demandas urgentes y a la gestión de los imprevistos.

Integridad y madurez emocional habilitan al individuo para las relaciones de cooperación, con subordinados, pares y superiores. Autoconfianza, refuerza la personalidad y habilita para alcanzar los objetivos difíciles, lo que facilita que se pueda ejercer una influencia exitosa sobre los seguidores.

⁸CRIOLLO, Alejandro; *Gestión, Liderazgo y Valores en la Unidad Educativa San Andrés de Quito durante el año lectivo 2011 – 2012*, Universidad Técnica Particular de Loja, 2012.

⁹<http://www.mailxmail.com/curso-lider-influencia-salud-laboral/liderazgo-teorias-existent-masconocidas>

CALIDAD¹⁰

Definición de Calidad Institucional

La calidad¹¹ se refiere a las características para alcanzar la excelencia y se puede establecer mediante la determinación de los resultados; es decir, si cumplen o no favorablemente estándares para los cuales se crearon. Se define también de varias maneras Según Parasuraman (1985) define calidad a la amplitud de las discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones así también como un juicio global del consumidor relativo a la superioridad del servicio así mismo Dona Bedian (1980) y Gardner (1992), mencionan que la parte central de la definición de la calidad es el equilibrio de los beneficios a la salud y perjuicio de los pacientes, la calidad total, abarca todo aquello que es susceptible de aportar y mejorar la satisfacción del cliente es un proceso dinámico que no tiene fin, es un estilo de dirección que orienta y guía la totalidad de la atención en salud.

La mejora de esta es la forma de lograr una ventaja competitiva, continuamente muchas empresas han aplicado iniciativa de gestión total con programas diseñados para un mejoramiento continuo para obtener el servicio final, esta abarca todo aquello que es susceptible de aportar para la satisfacción del cliente. Buscar mejoras continuas, respecto a satisfacer las necesidades del usuario(a).

La calidad debe tener las diferentes características: Tangible, Fiable, Competente, muchas empresas han aplicado iniciativas de gestión de calidad total, programas diseñados para mejorar todos los procesos necesarios Para obtener el producto o servicio final.

Kaoru Ishikawa (1986), menciona que calidad es cumplir con los requerimientos que necesita el cliente con un mínimo de errores y defectos. La calidad es satisfacer las necesidades de los clientes. La calidad se traduce como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas

¹⁰<http://clubensayos.com/imprimir/Calidad-De-Atencion-Al-Cliente/8493.html>

¹¹<http://ns2.ministeriodesalud.go.cr/index.php/sobre-ministerio-estructura-organizacional-ms>

y buscar la satisfacción de los clientes, como pueden ser: la reducción de costos, presencia y permanencia en el mercado y la generación de empleos.

Imai (1998,) señala que la calidad se refiere a .No solo a la calidad de productos o de servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, en todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios.

Stoner (1996) Aporta que la calidad: En el lugar de trabajo va más allá de crear un producto de calidad superior a la medida y de buen precio, ahora se refiere a lograr productos y servicios cada vez más competitivos, esto entraña hacer las cosas bien desde la primera vez en lugar de cometer errores y después corregirlos. Por su lado, las normas ISO 9000, consideran la calidad como “la integración de las características que determinan en qué grado un producto o servicio satisface las necesidades de sus clientes.

Requisitos fundamentales que permitan el éxito del Proceso de mejoramiento de la calidad.

Harrington (1998) Señala los requisitos de la siguiente manera:

- Aceptación que el cliente es el elemento más importante del proceso.
- El convencimiento de que sí hay forma de mejorar.
- Enfoque administrativo, liderazgo y participación.
- El estándar del desempeño de cero errores.
- Enfocar el mejoramiento en el proceso, no en las personas.
- El reconocimiento a los éxitos.
- El convencimiento de que los proveedores pueden cooperar con nosotros sin comprender nuestras necesidades.

Dimensiones de la Calidad

Parasuraman y Berry (1990) dicen que para conocer lo que el cliente desea de un servicio, se han realizado diferentes investigaciones mencionan que apartir de un estudio exploratorio consistente en reuniones de grupos con consumidor

y entrevista en profundidad identificaron 10 criterios de los cuales consolidaron 5 para evaluar la calidad desde la perspectiva del cliente las cuales son:

- Elementos tangibles Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- Fiabilidad Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- Capacidad de respuesta Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.
- Profesionalidad Posesión de las destrezas requeridas y conocimientos de ejecución del servicio.
- Cortesía Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto.
- Credibilidad Veracidad, creencia, honestidad en el servicio que se provee.
- Seguridad Inexistencia de peligros, riesgos y dudas. Accesibilidad Accesible y fácil de contactar.
- Comunicación Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharles. Comprensión del cliente Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.

Druker (1990,).Observó que "La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar". Por lo general, el cliente evalúa el desempeño de su organización de acuerdo con el nivel de satisfacción que obtuvo al compararlo con sus expectativas mencionando que la mayoría de los clientes utilizan cinco dimensiones para llevar a cabo dicha evaluación las cuales son:

- Fiabilidad: Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadora. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentra incluido la puntualidad y todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de su empresa, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento.

- Seguridad: Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confiar que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que también la organización debe demostrar su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción.
- Capacidad de Respuesta: Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también es considerado parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que puede ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que pueda lograrlo.
- Empatía: Significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos específicos.
- Intangibilidad: A pesar de que existe intangibilidad en el servicio, en sí es intangible, es importante considerar algunos aspectos que se derivan de la intangibilidad del servicio:
 - Los servicios no pueden ser mantenidos en inventario, si usted no los utiliza, su capacidad de producción de servicio en su totalidad, ésta se pierde para siempre.
 - Interacción humana, para suministrar servicio es necesario establecer un contacto entre la organización y el cliente. Es una relación en la que el cliente participa en la elaboración del servicio.

CALIDAD EN EL SERVICIO

Definición de calidad en el servicio

Los clientes no siempre atribuyen el mismo significado al concepto de calidad en el servicio que el que le otorgan los directivos de una empresa.

Drucker (1990) observó que “la calidad no es lo que usted pone dentro de un servicio; es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar”. Se tiene entendido que los clientes no compran un servicio por lo que la empresa les ofrece, lo hacen para sentirse bien o para solucionar sus problemas. Asimismo, señala que “los clientes compran las expectativas de beneficios que piensan que la organización les ofrecerá” Drucker, (1990) De estos conceptos se logra entender que la calidad se alcanza cuando se satisfacen las expectativas y se solucionan los problemas con los clientes

Cottle (1989) dice que el cliente, en el caso de servicios, no sólo evalúa la calidad con respecto al servicio producido o al producto final, sino también la forma en que está suministrado o entregado. La calidad de los servicios comprende estas dos clasificaciones, ya que forman parte de lo que los consumidores esperan y reciben de una empresa (expectativas y percepciones). Squires (citado en Domínguez, 1989) afirma que la calidad no es un componente del producto que pueda aislarse y someterse a control. Es la esencia del producto, la característica por la que se produce.

Las organizaciones competidoras pueden ofrecer las mismas prestaciones, pero no el mismo servicio. La calidad del servicio es el gran diferenciador; la calidad del servicio atrae y mantiene la atención del cliente. (Domínguez, 1989) Tschohl (1980) (citado por Service Quality Institute, 1996) menciona que la calidad del servicio es una estrategia de mercadotecnia para ayudar a una organización a establecer el segmento y el dominio de mercado. Es todo aquello necesario para convencer a los clientes de que están recibiendo un servicio de calidad.

Por otro lado, Parasuraman, Zeithmal y Berry (1990) definen a la calidad del servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones”.

SERVICIO

DEFINICION DE SERVICIO:

Un servicio es más considerado como un proceso que como un producto. Es por ello que puede decirse que tanto las actividades que rodean al servicio como al producto final en sí, forman parte de la producción de dicho servicio.

Por lo anteriormente expuesto según Rosander (1992), define el servicio como un sistema en el que el trabajo se realiza de una forma preestablecida y cuya finalidad es la de satisfacer los gustos y las necesidades de los clientes.

Payne (1993) dice que un servicio es una actividad con cierta intangibilidad asociada, lo cual implica alguna interacción con clientes o con propiedad de su posesión, y que no resulta en una transferencia de propiedad. Puede ocurrir un cambio en las condiciones; la producción de un servicio puede estar o no íntimamente asociado con un producto físico. Peel (1990) define al servicio como las relaciones interpersonales de trabajo entre los empleados del proveedor y el cliente.

Características de los servicios

Los autores Berry, Benett y Brown (1989) aseveran que los servicios deben tener las siguientes características:

Intangibilidad.- Hacen que estos se distingan por características únicas que es necesario tomar en cuenta.

Inseparables.- Es decir, al mismo tiempo que se crean se consumen. La ausencia o presencia de la calidad sólo puede ser determinada por el momento en que tienen lugar el encuentro de servicio.

Heterogéneos.- Son producidos individualmente y por lo tanto, también tienen un valor único.

Percederos.- Después de haber sido creados no pueden ser almacenados

CLASIFICACION DE LOS SERVICIOS

Larrea (1991, p. 47), dice que tradicionalmente se distingue entre los siguientes Servicios:

- Públicos y privados

- Mercantiles y no mercantiles
 - Intermedios y finales
 - Destinado a empresas y destinados a economías domésticas Grönroos (1994), realiza una serie de esquemas de clasificación de los servicios, estos son:
 - Relaciones con los clientes:
 - Relaciones de socios
 - Relaciones no formales
 - Naturaleza del acto de los servicios:
 - Acciones tangibles sobre personas o cosas.
 - Acciones intangibles sobre personas o cosas.
 - Naturaleza de la demanda en relación con el suministro:
 - Nivel de fluctuaciones de la demanda
 - Nivel a que está limitado el suministro.
 - Adaptación de los clientes y evaluación de la entrega del servicio:
 - Adaptación de los servicios a los clientes
 - Evaluación realizada por las personas que entran en contacto con los Clientes.
 - Métodos de entrega de los servicios:
 - Servicio entregado en las instalaciones del proveedor o del cliente.
 - Distribución a diversos lugares o a un único lugar.
- Payne (1996) lista otros enfoques para la clasificación de los servicios:
- Tipo de vendedor
 - Tipo de comprador
 - Motivos de compra

CONCEPTO DE CLIENTE

Según Cottle (1991), el cliente es la persona más importante de toda organización. Es un ser humano que tiene necesidades y preocupaciones y merece el trato más cordial y atento que le podemos brindar. Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo así mismo encontramos que J. Harrington (1998) define a los clientes como la persona más importante de cualquier negocio las cuales llegan a nosotros con

sus necesidades y deseos siendo nuestro trabajo satisfacerlos ya que merecen que le demos el trato más atento y cortes que podamos siendo los clientes el fluido vital para una organización. Sin ellos nos vemos forzados a cerrar, si estos se sienten defraudados y desalentados no por sus precios, si no por la apatía, la indiferencia y falta de atención de sus empleados.

ATENCIÓN AL CLIENTE

El valor de satisfacer al cliente se agrega al producto o servicio, lo cual permite a la compañía sobrevivir y prosperar, a través de un estrecho contacto con las realidades del lugar de trabajo, con la finalidad de solucionar cualquier problema que surja en el mismo y poder de esa manera realizar una buena labor. Es muy importante mantener incentivados a los trabajadores para el buen desempeño de sus funciones, sobre todo para que se sientan orgullosos de sus empleos y valoren el aporte que hacen en su empresa y a la sociedad.

Sin embargo, de no realizarse una buena atención al cliente, puede darse en la organización el alejamiento de los clientes a otras empresas competidoras así lo manifiesta Charles Prahalad (1999), el cual también nos habla que existen tres tipos de empresas en lo que respecta a la atención al cliente:

- Las que no escuchan, ni toman en cuenta al cliente, que son empresas que están condenadas a desaparecer.
- Las que escuchan a los clientes y responden a sus necesidades, que pueden mantenerse según el tipo de atención que se preste a los clientes que posee.
- Las empresas que hacen lo que el cliente desea sin que éste sepa que lo que desea.

Lo mejor que se puede hacer, es dar valor agregado a dicha atención, detectando las necesidades de los clientes y proporcionarles la satisfacción deseada.

La mejor forma de realizar esta actividad, es ofreciéndole todo siempre, partiendo del lema dentro de las empresas que dice: "Nada es imposible". Mientras más posibilidades hayan de satisfacer las necesidades del cliente, habrá mayor oportunidad de impactarlo.

AFILIACIÓN VOLUNTARIA¹²

- El Afiliado Voluntario no necesita clave para ingresar la solicitud, debe digitar número de cédula y fecha de nacimiento.

Requisitos para la AFILIACIÓN VOLUNTARIA:

- Para ecuatorianos residentes en el país o en el exterior comprendidos entre los 18 a 60 años de edad
- No percibir pensión de IESS, ISSFA o ISSPOL
- No estar en mora con el IESS
- No tener el RUC activo en el SRI

Mediante Resolución N° C.D. 324 de 8 de julio de 2010, el Consejo Directivo del IESS expidió el Reglamento para la Afiliación Voluntaria al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para Ecuatorianos domiciliados en el exterior.

El sistema informático le guía al ciudadano ecuatoriano para llenar los requisitos indispensables y le informa los pasos a seguir hasta que su solicitud de afiliación sea aceptada o negada.

ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

Las variables fundamentales para analizar el macro entorno son: economía, sociedad y cultura, política, tecnología, demografía y ambiente.

2.2 MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN¹³

El IESS está conformado de la siguiente manera:

Art. 30.- REPRESENTACIÓN LEGAL.- El Director General ejerce la

¹²Ingresar www.iess.gov.ec - AFILIACIÓN VOLUNTARIA

¹³<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2400/1/02%20IME%20080%20TESIS.pdf>

representación legal, judicial y extrajudicial, y la titularidad para el ejercicio de la jurisdicción coactiva del IESS, en todo el territorio nacional, directamente o por delegación al Director Provincial competente.

2.4. DE LA DIRECCIÓN PROVINCIAL

Art. 35.- **ÓRGANO DE ADMINISTRACIÓN PROVINCIAL.**-La Dirección Provincial del IESS tendrá por misión principal la aplicación de las estrategias de aseguramiento obligatorio, la recaudación oportuna de las aportaciones de los empleadores y asegurados, la calificación del derecho a prestaciones de los afiliados comprendidos en la circunscripción geográfica de su competencia. Será el órgano responsable del manejo de las cuentas patronales e individuales de los asegurados; del ejercicio de la jurisdicción coactiva y de la consolidación de la información presupuestaria y contable de todas las dependencias administrativas subordinadas a su autoridad.

Art. 36.- **DIRECTOR PROVINCIAL.**- El Director Provincial tiene a su cargo la ejecución del Presupuesto del IESS, la contratación de recursos humanos y servicios generales, el aprovisionamiento de bienes y el equipamiento y mantenimiento de las dependencias del Instituto dentro de su circunscripción.

Art. 37.- **DESIGNACIÓN Y REQUISITOS.**- El Director Provincial es funcionario de libre nombramiento, nombrado por el Director General para un período de cuatro (4) años. Deberá ser ciudadano en goce de los derechos políticos, mayor de treinta (30) años de edad, acreditará título profesional y ejercicio con probidad notoria de la profesión o la docencia universitaria o algún cargo de responsabilidad directiva en actividades privadas o públicas, en los cinco (5).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Liderazgo: Es la capacidad de inspirar y guiar a individuos o grupos.

Cultura organizacional: Es el conjunto de suposiciones, creencias, valores y normas que comparten sus miembros. Crea el ambiente humano en el que los

empleados realizan su trabajo.

Motivación: La motivación son los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación.

Autocrático: El concepto de autocracia es un concepto político que se utiliza para designar a aquellos tipos de gobiernos en los cuales el poder se concentra en una sola persona.

Democracia: La democracia, es el aquel sistema de gobierno, en el cual la soberanía del poder reside y está sustentada, en pueblo.

Paternalista: Tendencia a aplicar las formas de autoridad y protección propias del padre en la familia tradicional a relaciones sociales de otro tipo: políticas, laborales económicas, etc.

Subjetivo: La palabra subjetivo indica aquello que pertenece al sujeto y refiere a todo lo vinculado a este y a aquello que se encuentra en clara oposición al mundo externo o relativo a él.

Carisma: Fascinación, encanto que ejercen algunas personas sobre las demás

Equipo de trabajo¹⁴: Grupo de personas que se organiza para alcanzar un objetivo común recibe el nombre de equipo. Se conoce como trabajo, por otra parte, al esfuerzo humano y a la actividad productiva por la cual se recibe una remuneración.

Grupo: Un grupo se define como dos o más individuos, interactuantes e interdependientes, que se han reunido para alcanzar determinados objetivos específicos.

¹⁴<http://definicion.de/equipo-de-trabajo/#ixzz2y39UVrrA>.

Inteligencia emocional: Consiste en una serie de actividades que sirven para apreciar y expresar de manera justa nuestras propias emociones y las de otros y para emplear nuestra sensibilidad a fin de motivarnos, planificar y realizar de manera cabal nuestra vida.

Influenciar: Es la acción y efecto de influir. Este verbo se refiere a los efectos que una cosa produce sobre otra.

Dirección¹⁵: Es la etapa de orientación del personal y los recursos productivos hacia la marcha óptima, comprendiendo el liderazgo de los directivos, la delegación para la coordinación del trabajo, la motivación del personal, la comunicación organizacional, la creatividad y la mentalidad innovadora de los equipos de trabajo.

Gestión administrativa¹⁶: Es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control desempeñados para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos.

Atención a los clientes: Cliente es esa persona que sólo viene a quejarse.

Gerente: Cliente es esa persona que constantemente me interrumpe y me quita tiempo de las cosas importantes.

Propietario: Cliente es una persona caprichosa que tengo que aguantarle para que me ingrese dinero.

La actitud: es la base de una buena relación con nuestros clientes, ellos siempre esperan una excelente atención, buena disposición, amabilidad, dinamismo y entusiasmo

¹⁵<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/planeacion-proceso-basico-de-laadministracion-de-empresas.htm>

¹⁶<https://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090907013844AAPbIXs>

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis general

Una adecuada infraestructura organizacional en el IESS Agencia Milagro repercute en una adecuada atención y satisfacción por parte de los afiliados.

2.4.2 Hipótesis particulares

- Una capacitación en el área de relaciones personales disminuirá notablemente los prejuicios y paradigmas aprovechando nuevas opciones de negocios.
- El estilo de orientación de los gerentes y mandos medios incide de manera directa en el desarrollo personal y profesional de los subordinados, en la calidad del servicio de atención al cliente en la agencia del IESS en la ciudad de Milagro.
- El desconocimiento de las ventajas y desventajas del estilo de dirección autocrático ocasiona una mala aplicación del mismo por parte de los gerentes y mandos medios.
- La calidad del servicio de atención al cliente dentro de la organización ocasiona individualismo entre colaboradores y pérdida de recursos que afectan en el cumplimiento de objetivos y resultados.
- La implementación de un proceso de retroalimentación incide de manera directa en el cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales.

2.4.3 Declaración de variables

2.4.4 Operacionalización de las variables

Variable Independiente (quien la causa)	Dimensión	Indicadores
Sistema de Calidad en las Operaciones.	1.Gerencia(ejecutivos)	Liderazgo
	2.Departamento Técnico y ATC.	Información y análisis
	3.Gerencia /ATC/ Dpto. Técnico	Planeación estratégica
	4.Gerencia / RRHH	Administración de procesos.
	5.Gerencia / Dpto. Técnico	Obtención de resultados
	6.Gerencia / Dpto. Técnico	Atención y satisfacción del cliente
	7.ATC	
Variable Dependiente (que efectos produce)	Dimensión	Indicadores
Mejora los procesos y Servicios de Atención al cliente	1.Gerencia de operaciones/ Dpto. Operación Técnica	Diseño, control de procesos
	2.Gerencia de operaciones	Diseño, control de Servicios
	3.Gerencia de operaciones /ATC	Medición de Servicio
	4.Gerencia de operaciones	Medición de Proceso
	5.Gerencia de operaciones / ATC / Dpto. Técnico	Sistema de retroalimentación de quejas de clientes

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

El presente trabajo investigativo es no experimental porque en ningún momento afectamos alguna variable establecida, lo que hacemos es observar describir y explicar, utilizamos el diseño transversal o transaccional ya que el instrumento se lo aplicó en un solo momento en el tiempo, expectativas referentes al servicio de atención al cliente que brinda la agencia del IESS en el cantón Milagro.

La modalidad de la investigación que se va utilizar para la propuesta será de tipo descriptiva, porque vamos a identificar todas las características referentes a las necesidades y expectativa de investigación, tiene por objeto la reestructuración del área de administrativa encargada de la Calidad de Servicio de Atención al Cliente de la Agencia del IESS en la ciudad de Milagro, para ello se recogerá información de la variable “Servicio de Atención al cliente ” mediante la aplicación del cuestionario de preguntas.

Tipo de investigación

El tipo de investigación aplicado a este proyecto son los siguientes:

Investigación de Campo: Este tipo de investigación se utiliza de apoyo en investigaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y

observaciones. En esta se obtiene la información directamente en el entorno del cantón Milagro, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador al dialogar con los afiliados.

Investigación Exploratoria: Esta se ejecuta con el propósito de acentuar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica el abrir líneas de investigación y proceder a su comprobación pues esto se determinara desde el lugar de los hechos en el cantón Milagro.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Los sujetos que van a ser medidos serán los afiliados del IESS del Cantón Milagro los mismos que forman parte de los anuarios estadísticos del IESS de la provincia del Guayas.

3.2.2 Delimitar la población.

La formulación del problema nos indica que delimitaremos a la población como finita, Para la cual se realizara una encuesta a la población que está conformada por afiliados del Cantón Milagro en un tiempo de noventa y seis horas los mismos que provienen de nueve cantones: Naranjito, Marcelino Maridueña, Bucay, Yaguachi, Juján, El Triunfo, La Troncal, Naranjal y Simón Bolívar, para lo cual, se tomará todo el universo; 60.000 (afiliados) para el cálculo de la muestra.

3.2.3 Tipo de la muestra.

La muestra es de tipo **no probabilística**, en la cual se ha seleccionado a un grupo objetivo que forma parte de la problemática planteada y así establecer la cantidad de encuestas que se realizaran.

Este tipo de muestra se adopta para esta investigación, ya que solo serán considerados quienes son afiliados y que habitan en el sector de acuerdo a la delimitación anterior.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para calcular la muestra se toma como universo la información obtenida de los anuarios estadísticos del IESS del Guayas. En el cual se señala que existen alrededor de 60.000 afiliados en el cantón Milagro que se dedican a diferentes actividades y de uso personal por lo tanto se les aplicará el instrumento investigativo conocido con el nombre de Encuesta. Para obtener la muestra se hace necesario aplicar la fórmula estadística del modelo no probabilística, porque este nos permite analizar de acuerdo a nuestro criterio de investigación con un margen de error del 5%. A partir de estos datos se procedió a estimar la muestra utilizando la siguiente fórmula:

Muestra aplicada a los funcionarios.

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población¹⁷

E= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio.

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

$$n = \frac{60000(0.5)(0.5)}{\frac{(60000 - 1)0.05^2 + (0.5)(0.5)}{1.96^2}}$$

$$n = \frac{15000}{\frac{59999(0.0025) + 0.25}{3.84}}$$

$$n = \frac{15000}{\frac{1502475}{3.84} + 0.25}$$

$$n = \frac{15000}{391270}$$

$$n = 383$$

3.2.5 Proceso de selección

El proceso de selección que se utilizara en la investigación será N, muestra poblacional tomada del universo del cantón. La muestra de tipo no probabilística, se llevará a cabo el siguiente procedimiento:

Muestra de sujetos voluntarios.-

El grupo de sujetos que intervendrán en el proceso de en cuestionamiento lo harán libre y voluntariamente según su criterio, donde también expresaran sus necesidades y expectativas, referente a la problemática planteada.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Los métodos, técnicas e instrumentos que emplearemos en el estudio de la problemática diseñada son los siguientes.

3.3.1 Métodos teóricos o procedimientos lógicos

Método de Observación: Este método nos permitirá obtener información primordial de los afiliados la misma que nos servirá para evidenciar los planteamientos formulados en el trabajo, lo que nos permite descubrir premeditadamente ciertas condiciones existentes, sus necesidades requerimientos y perspectivas.

Método Inductivo: Este método se empleará para conocer las opiniones de los

afiliados del Cantón Milagro y sus alrededores, se abordará con informaciones concretas para luego formular opiniones prudentes sobre la problemática proyectada, con el objetivo de satisfacer una necesidad.

Método Deductivo:A través de este método vamos analizar las causas que originan la problemática planteada del IESS Agencia -Milagro.

Método Estadístico:Por medio de este método vamos a seleccionar la información, la tabularemos y procederemos consecutivamente a un análisis. Cabe mencionar que la información será obtenida a través de la herramienta investigativa conocida como la encuesta y procederá posteriormente a un análisis.

3.3.2 Métodos empíricos complementarios

Entre los métodos o técnicas de investigación que se aplicarán serán los siguientes:

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

Para la investigación, las técnicas que se dispone son:

Encuesta.

Es una herramienta investigativa que sirve para adquirir información de un tema delimitado para conocer las perspectivas y necesidades que tienen las personas sobre un servicio.

Entrevista.

Esta técnica relaciona directamente al investigador con el objeto de estudio, ya que nos permite obtener información verbal relevante.

La técnica o instrumento que se aplicará en la investigación es la encuesta y entrevista

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

Los datos¹⁸ obtenidos de los instrumentos aplicados serán tabulados y resumidos en tablas estadísticas, desarrollándose estas de manera computarizada, posteriormente los datos se presentarán de manera escrita, tabulada y graficada, empleándose gráfica de tipo circular con el respectivo análisis de los resultados obtenidos, igualmente se va a establecer inferencias de los datos utilizando escala de medición acerca de la población estudiada, además se emplearán las medidas de tendencia central, tales como porcentajes y proporciones.

¹⁸<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1185/1/Proyecto%20de%20Tesis.docx93%>

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Cabe mencionar que un adecuado estilo de dirección dentro de una organización crea una sinergia competitiva que a más de crear una cultura proactiva, fomenta el desarrollo y crecimiento de las organizaciones, así como del de sus colaboradores en el aspecto profesional y personal; y de la región, gracias al cumplimiento de los objetivos organizacionales que aumentan las posibilidades de empleo e inversión a nivel local. Los resultados se presentan en forma ordenada en hojas posteriores, se observara los efectos obtenidos de las encuestas realizadas, que luego serán procesadas y consolidados en cuadros y gráficos. Una vez presentado los resultados, estos son analizados de acuerdo con el criterio del investigador. Finalmente los resultados son comparados con las hipótesis planteadas al inicio de la investigación.

4.2 Interpretación de resultados

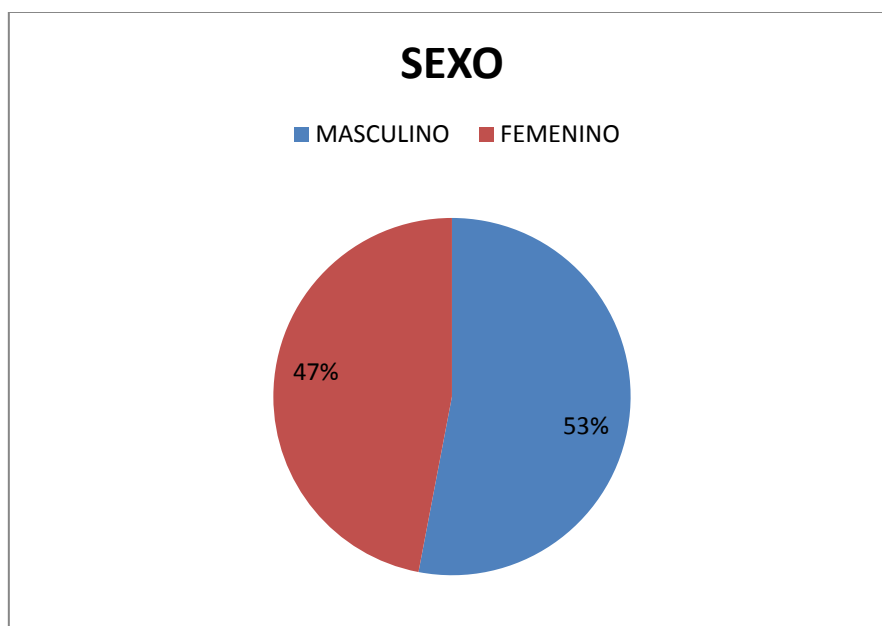
Los resultados alcanzados luego de la tabulación de los datos compilados por medio de la encuesta realizada a los afiliados del cantón Milagro pertenece al sector micro empresarial nos facilito la información necesaria para poder continuar con el actual estudio conociendo las necesidades de este sector, lo cual nos facilitaraefectuar nuestra tesis.

Cuadro 1.-Sexo de afiliados encuestados

REFERENCIA	RESULTADOS	PORCENTAJE
MASCULINO	203	53%
FEMENINO	180	47%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: José Luis Carbo Vélez

Grafico 1.-Sexo de afiliados encuestados



Elaborado por: José Luis Carbo Vélez

INTERPRETACION:

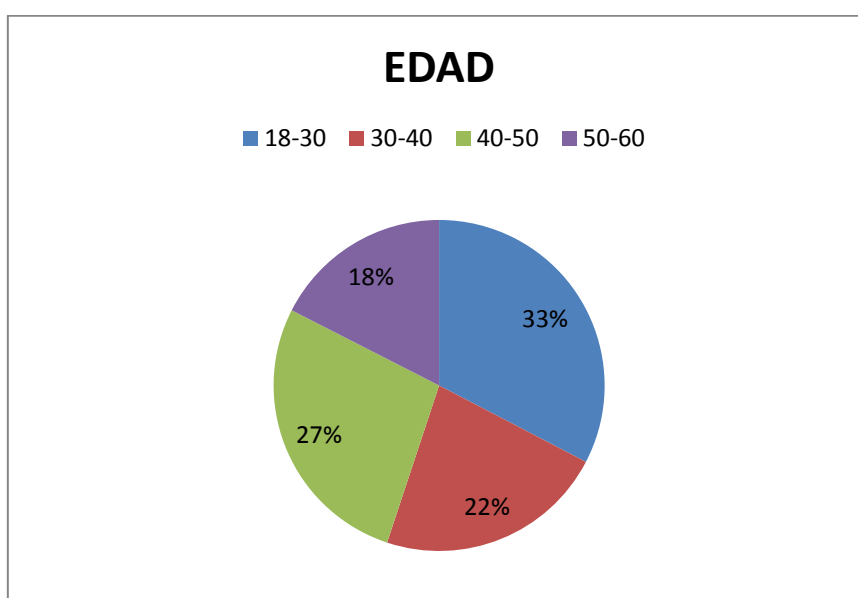
En el grafico se puede apreciar que el 53% que corresponde a 383 afiliados que son del género masculino y el 47% que representa afiliados del género femenino, lo que nos muestra que a la Agencia IESS de Milagro acuden más usuarios de género masculino tanto en calidad de empleadores como de afiliados, trabajadores y usuarios en general.

Cuadro 2.-Edad de los afiliados encuestados

REFERENCIA	RESULTADOS	PORCENTAJES
18-30	125	33%
30-40	86	22%
40-50	105	27%
50-60	67	18%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

Gráfico 2.-Edad de los afiliados encuestados



Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

INTERPRETACION:

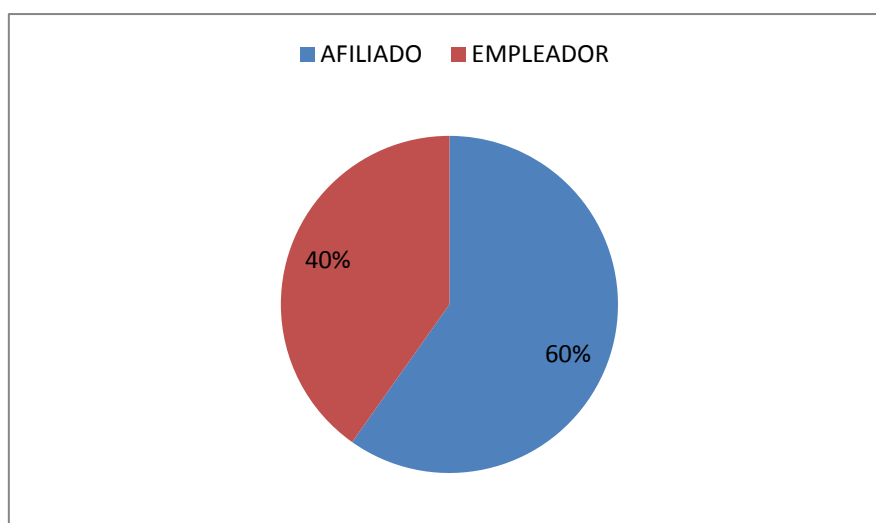
En el gráfico se puede deducir que el 18% de personas afiliadas se encuentran entre 50 a 60 años de edad, el 22% que representa afiliados se encuentra entre de edad entre 30-40, lo que nos indica que a la Agencia en la ciudad de Milagro acuden más usuarios de edades entre los 18 a 30 años con ocupaciones diferentes seguido por afiliados en edades de 40 a 50 años, indicando a las necesidades de préstamos, registros y demás aspectos.

Cuadro 3.-SOLICITO INFORMACION COMO:

REFERENCIA	RESULTADOS	PORCENTAJE
AFILIADO	229	60%
EMPLEADOR	154	40%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: José Luis Carbo Vélez

Gráfico 3.- SOLICITO INFORMACION COMO:



Elaborado por: José Luis Carbo Vélez

INTERPRETACIÓN:

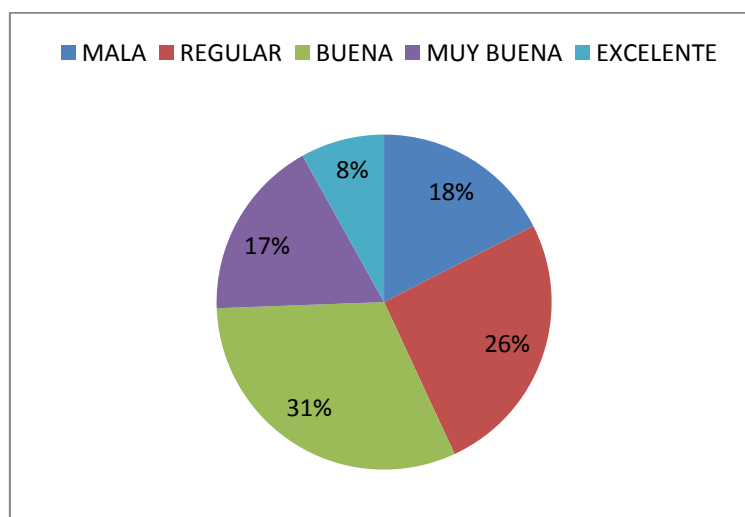
En el gráfico se puede deducir que el 60% personas afiliadas Son las que visitan la baja del seguro Social para realizar diferentes tramites y necesidades y un 40% de los asistentes son patronos que visitan la institución para realizar trámites de las diferentes empresas e Instituciones.

Cuadro 4.- ¿La información que le ofrecieron dejó satisfecha su inquietud, de una manera?

REFERENCIA	RESULTADOS	PORCENTAJES
MALA	67	18%
REGULAR	98	26%
BUENA	120	31%
MUY BUENA	67	17%
EXCELENTE	31	8%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

Gráfico 4.- Atención brindada por funcionarios del IESS



Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

INTERPRETACION:

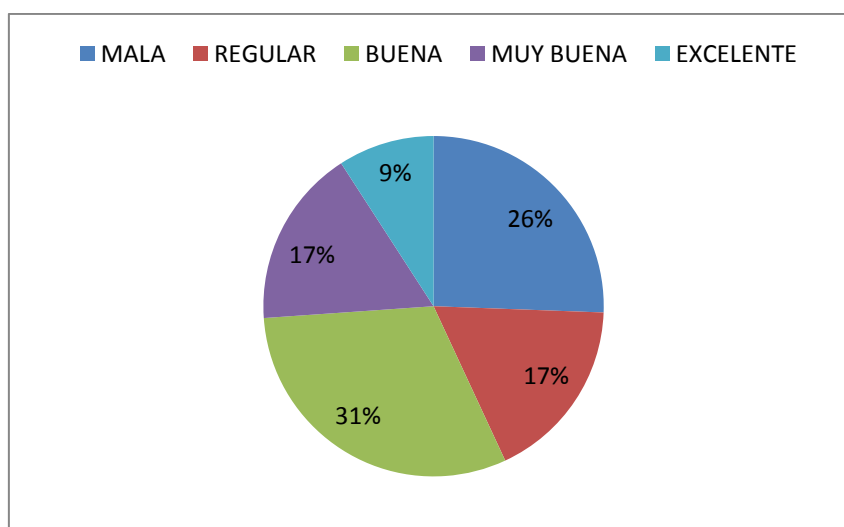
En el gráfico anterior se puede deducir que le brindan información necesaria que satisfaga su inquietud 31% personas afiliadas dicen es buena, un 18% califica mala, un 26% califica regular, un 17% califica como my buena la información y atención recibida y el 8% califica como excelente.

Cuadro 5.- Califica el conocimiento del funcionario del IESS para solucionar inconvenientes del afiliado.

REFERENCIA	RESULTADOS	PORCENTAJE
MALA	98	26%
REGULAR	67	17%
BUENA	118	31%
MUY BUENA	65	17%
EXCELENTE	35	9%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

Gráfico 5.- Conocimiento de funcionarios del IESS



Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

INTERPRETACION:

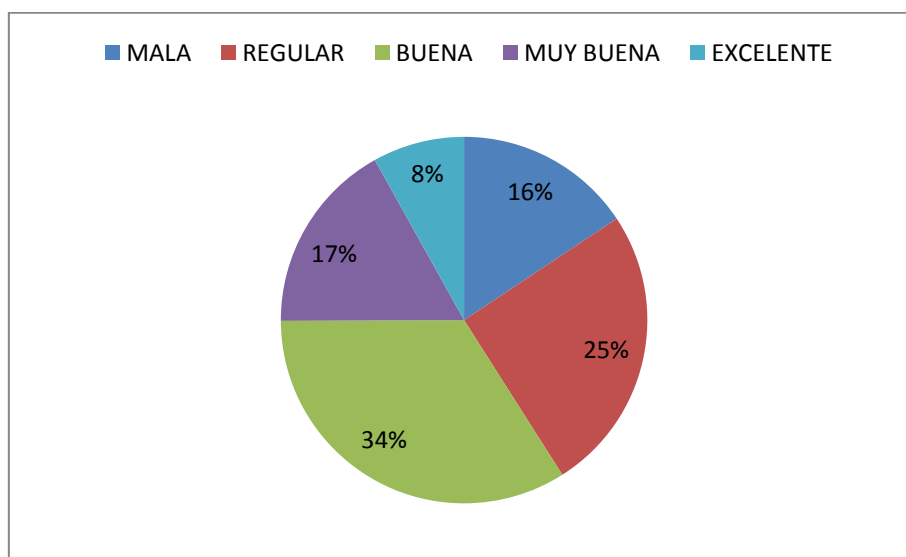
En el gráfico anterior se puede deducir que el conocimiento del funcionario del IESS para solucionar inconvenientes del afiliado el 31% es buena, seguido por un 26% que es mala, un 17% dice ser regular al igual que el otro 17% dice ser muy buena y un 9% excelente.

Cuadro 6.- ¿La atención brindada es oportuna con calidad y calidez?

REFERENCIA	RESULTADOS	PORCENTAJE
MALA	60	16%
REGULAR	97	25%
BUENA	130	34%
MUY BUENA	65	17%
EXCELENTE	31	8%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

Gráfico 6.- Agilidad con la que se procesan los trámites para los afiliados del IESS



Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

INTERPRETACION:

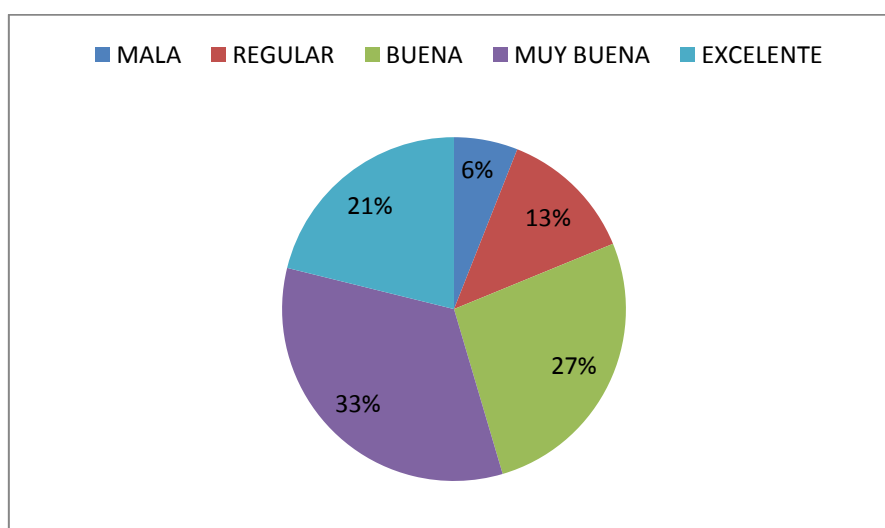
En el gráfico se puede deducir que el 34% califica como buena la agilidad con la que se procesan los trámites para los afiliados del IESS un 25% lo califica como regular, la atención brindada oportuna con calidad y calidez el 17% lo califica muy buena y el 16% es mala y un 8% lo califica excelente este proceso.

Cuadro 7.- ¿Cómo califica la imagen Institucional del IESS?

REFERENCIA	RESULTADOS	PORCENTAJE
MALA	23	6%
REGULAR	49	13%
BUENA	102	27%
MUY BUENA	128	33%
EXCELENTE	81	21%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

Gráfico 7.- Califica la imagen Institucional del IESS



Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

INTERPRETACION:

En el gráfico anterior se puede deducir que el 33% de afiliados califica como muy buena la imagen Institucional del IESS, el 27% califica esta como buena, el 21% califica como excelente, el 13% califica como regular y un 6% califica esta como mala la imagen institucional.

Cuadro 8.- Ha visto o escuchado en los medios sobre los servicios que ofrece el IESS.

REFERENCIA	RESULTADOS
SI	263
NO	120
TOTAL	383

Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

REFERENCIA	RESULTADOS
RADIO	60
PRENSA	102
TV	184
PUBLICIDAD	37
TOTAL	383

Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

Gráfico #8

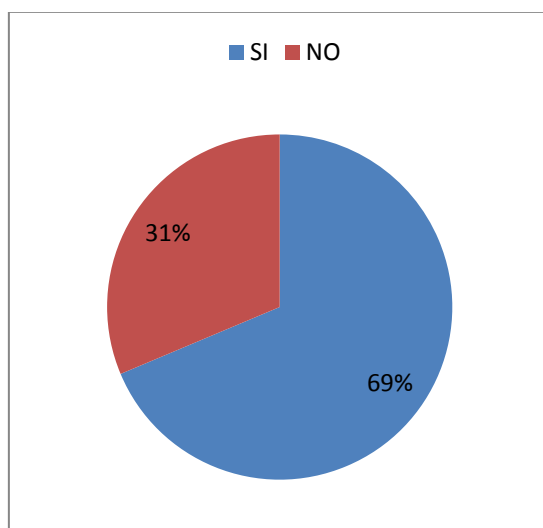
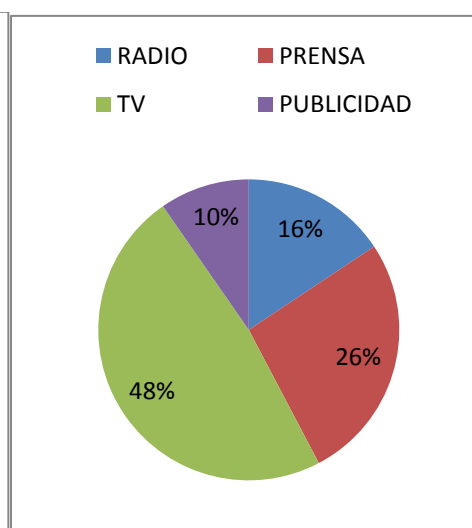


Gráfico #9



Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

INTERPRETACION:

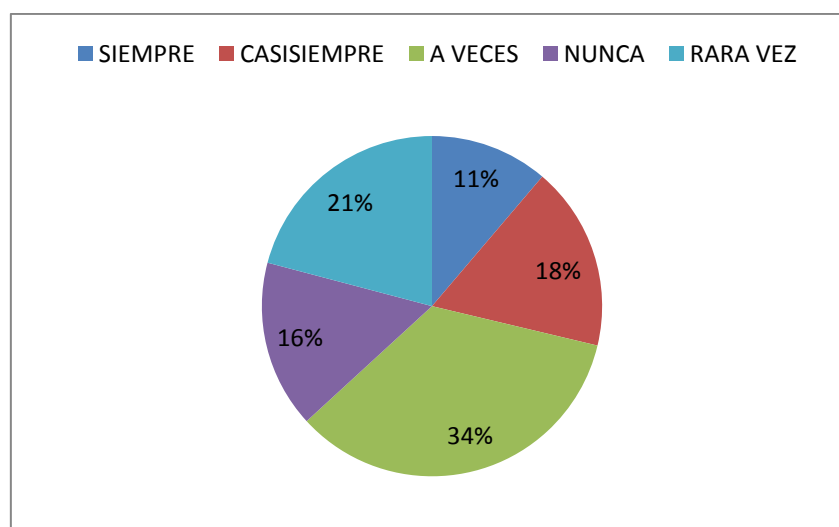
En el grafico anterior se puede deducir que el 69% de usuarios han visto o escuchado información y publicidad sobre el IESS, el 31 % dice no haber visto ninguna, los medios por donde se puede visualizar información un 48% es en la TV, un 26% por medio de la prensa escrita tanto local como provincial y nacional, 16% por radio y un 10% por publicidad entregada a los afiliados fuera de la Institución.

Cuadro 9.- ¿Utiliza usted las herramientas (internet) que le brinda el portal web del IESS?

REFERENCIA	RESULTADOS	PORCENTAJES
SIEMPRE	43	11%
CASISIEMPRE	67	18%
AVECES	132	34%
NUNCA	61	16%
RARAVEZ	80	21%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

Gráfico 10.- Las herramientas (internet) que le brinda el portal web del IESS



Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

INTERPRETACION:

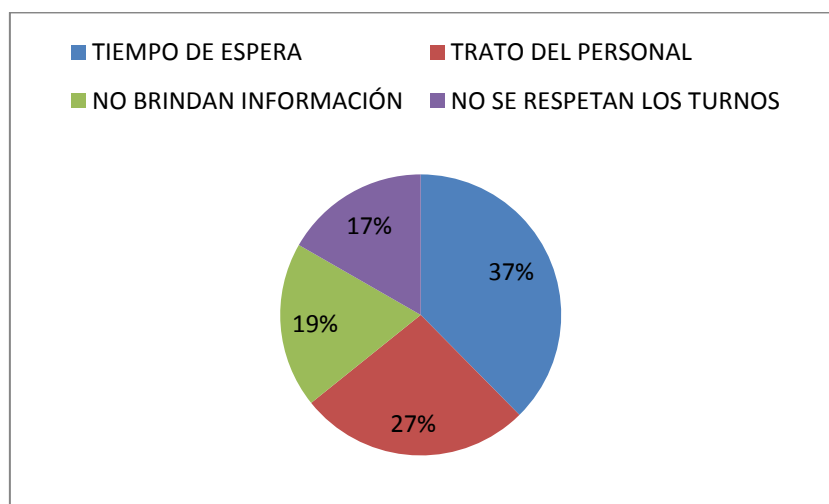
En el gráfico anterior se puede deducir que el 34% de los afiliados a veces utiliza las herramientas (internet) que le brinda el portal web del IESS, el 18% casi siempre, el 21% rara vez utiliza este sistema, el 16% nunca utiliza y un 11% de afiliados siempre utiliza este servicio.

Cuadro 10.- ¿Indique cuales son las quejas que comúnmente manifiesta por la atención brindada?

REFERENCIA	RESULTADOS	PORCENTAJE
TIEMPO DE ESPERA	144	37%
TRATO DEL PERSONAL	102	27%
NO BRINDAN INFORMACIÓN	73	19%
NO SE RESPETAN LOS TURNOS	64	17%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

Gráfico 11.- Las quejas que comúnmente manifiesta por la atención brindada



Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

INTERPRETACION:

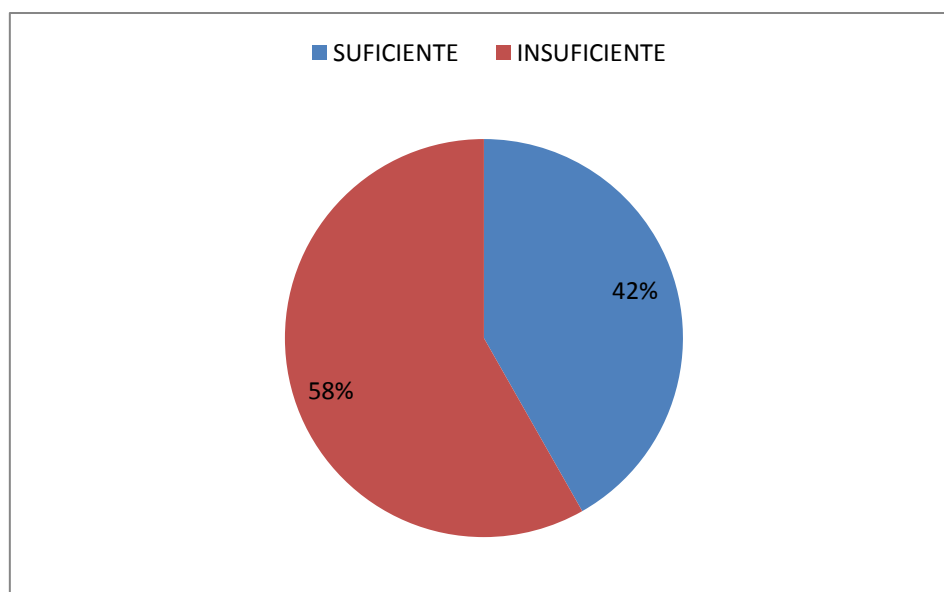
En el grafico anterior se puede deducir que el 37% de las quejas que comúnmente manifiesta por la atención brindada es por el tiempo de espera el 27% se da por trato del personal, el 19% por no brindar la información y el 17% por no respetarse los turnos de atención.

Cuadro 11.- Considera que el área de espera para recibir la atención es:

REFERENCIA	RESULTADOS	PORCENTAJE
SUFICIENTE	160	42%
INSUFICIENTE	223	58%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

Gráfico 12.- Considera que el área de espera para recibir la atención es:



Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez

INTERPRETACION:

En el gráfico anterior se puede deducir que el 42% Considera que el área de espera para recibir la atención es suficiente pero un 58% la considera insuficiente para el número de afiliados que visitan a diario la caja del seguro.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

El objetivo: De esta entrevista es conocer cómo mejorar la estructura organizacional del IESS con la finalidad de mejorar la atención y la satisfacción del afiliado.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL IESS
AGENCIA MILAGRO.

1. ¿Comente sobre la atención al cliente del Seguro General en Milagro?

Es uno de los servicios que brinda el IESS a los usuarios mediante la página web institucional, para de esta manera el afiliado o empleador pueda realizar sus registros.

2. ¿En qué situación se encuentra actualmente la Agencia del IESS en Milagro en lo referente a la atención al usuario?

Actualmente las ventanillas de atención al afiliado se encuentran en un proceso de desarrollo propenso en brindar una atención oportuna que satisfaga las diferentes necesidades del afiliado.

3. ¿Cuáles son las expectativas a futuro en cuanto a la atención al afiliado?

La Agencia se encuentra obligada en capacitar a todos y cada uno de los empleadores y afiliados del uso correcto de la página web del IESS a fin de que desde la comodidad de su residencia pueda acceder a la página del IESS y realizar sus consultas y registros.

4. ¿La distribución de las ventanillas de atención al cliente es adecuada?

En parte, estamos analizando la posibilidad de una readecuación que permita brindar al afiliado una atención de calidad con calidez.

5.¿Qué debe hacerse para cambiar el concepto de mala atención en el sector público?

Trabajar en el cambio de apreciación laboral del funcionario público y se convierta en un proveedor o misionero de la seguridad social sus bondades y beneficios.

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

La Agencia del IESS de la ciudad de Milagro en cuanto a la atención al cliente tiene la disposición a mejorar y estar a la par con lo tecnológico ya que cuenta con tecnología de punta para la optimización de los diferentes procesos en cuanto a atención en las prestaciones y servicios para lo cual requiere de adecuaciones que permitan atender al afiliado con oportunidad, calidad y calidez; además se evidencia la falta de calidez de los servidores operativos que atienden al afiliado, así como de la información pertinente y rápida al afiliado.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

El objetivo: De esta entrevista es conocer cómo mejorar la estructura organizacional del IESS con la finalidad de mejorar la atención y la satisfacción del afiliado.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE TRUJILLO Y ASOCIADOS

1.- ¿Qué es lo que más le gusta de ser gerente en esta importante Empresa?

La oportunidad de trabajar con personas puesto que esto permite formar equipos de diferentes niveles de educación, conocimientos, experiencias y edades para ser más rápidos y oportunos.

2.- ¿Qué es lo que menos le gusta de ser gerente de esta importante Empresa?

Las rutinas innecesarias. Los problemas de mal manejo de la autoridad delegada y mala información a los usuarios. La falta de honradez. El manejo de la información sobre el desempeño del personal

3.- ¿Ha tenido dilemas éticos en su trabajo? ¿Como los ha manejado?

El método que siempre he usado es la identificación directa y evidenciada de cualquier caso, para evitar las acciones anónimas del personal.

4.-¿Qué opina usted sobre el servicio que brinda la Agencia Milagro del IESS?

La agencia brinda un servicio bueno podríamos decir, aunque le falta un poquito más la publicidad y un personal que este más atento a las necesidades de las empresas y evitar a pérdida de tiempo.

5.- ¿Considera usted necesaria la capacitación constante al personal que se encarga de la atención al cliente?

Claro es muy importante pues el trato diario con personas es un poco complicado cuando no se tiene la capacitación necesaria y el conocimiento sobre los temas que se espera poder tratar a diario.

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

El Ing. Raimundo Fiallos, MBA considera que en cuanto a la atención al cliente la agencia tiene la tendencia a mejorar y estar a la par conjuntamente con lo tecnológico ya que cuenta con tecnología de punta para la optimización de los diferentes procesos en cuanto a atención en las prestaciones y servicios para que de esta manera los afiliados sean atendidos en lo que requieren permitiendo atender al usuario con oportunidad, calidad y calidez; además se evidencia la falta de calidez así como de la información oportuna y ágil al usuario.

RESULTADO DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA

En la investigación realizada se puede observar la falta apropiada de señalética que permita al afiliado dirigirse con destreza al departamento que requiera adquirir información, por lo tanto, los afiliados tienen que investigar en cada piso, a cualquier oficinista.

Los colaboradores no llevan credenciales de identificación lo que imposibilita conocer con quien se está realizando la diligencia. Se cuenta con una pantalla de televisión a la cual no se le da el uso apropiado, consiguiendo mejorar con presentaciones o videos correspondientes a las bondades y beneficios del IESS. Debería segmentarse los servicios en los cubículos para que se privilegie el reconocimiento e ingreso de nuevos empleadores y afiliados.

La colocación de las sillas de espera para los afiliados debe ser mejor instaladas para que permita un fácil acceso y salida sin causar contrariedades a los demás.

ANÁLISIS PEST¹⁹

Político.- La normativa Institucional claramente define en concordancia con el Código de Trabajo, y la Constitución de la República respecto a las normas y reglamentación de la aplicación de la misma; actualmente el Asamblea Nacional tiene previsto analizar y reformar la Ley de Seguridad Social en el que se procura cumplir claramente con la misión y visión y objetivos institucionales.

Económico.- El Seguro Social consecuente con la situación económica del país de manera anual revisa sus prestaciones esencialmente las rentas jubilares, montepíos, subsidios y auxilios de funerales, préstamos hipotecarios y quirografarios, con el propósito de tener coherencia con la realidad económica contemporánea que permita a los afiliados y derechohabientes contar con subvenciones acordes a una realidad actual.

Social.- De conformidad a la Constitución Política del Ecuador y en concordancia a lo que determina la Ley de Seguridad Social y a sus postulados como institución a fin de velar por la solidaridad, universalidad, igualdad, equidad, subsidiariedad de todos y cada uno de sus afiliados, procurando el bienestar igualitario entre todos.

Tecnológico.- El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social al momento cuenta con tecnología de punta, ha implemento en su sistema de Historia Laboral elementos que optimizan los procesos en tiempo y calidad al punto que, prestaciones y servicios que anteriormente se demoraban meses y hasta años como en el caso de afiliaciones y préstamos hipotecarios, hoy en día gracias a la tecnología y la depuración de la cuenta individual de cada a filiado, esto han minimizado totalmente sus tiempos y tramites difíciles, así como la papelería y cálculos manuales; hoy en día estas prestaciones se las hacen en un máximo de 15 días los unos y 60 días los otros, esto como ejemplo.

¹⁹<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2400/1/02%20IME%20080%20TESIS.pdf>

4.3 VERIFICACION DE HIPOTESIS

CUADRO # 12

<p>Una adecuada infraestructura organizacional en el IESS Agencia Milagro repercute en una adecuada atención y satisfacción por parte de los afiliados.</p>	<p>Se menciona que se debe mejorar la organización de atención a los afiliados de la sucursal Milagro y tomar en cuenta las inquietudes del afiliado, y una imagen adecuada de la institución. (4, 7)</p>
<p>El estilo de orientación de los gerentes y mandos medios incide de manera directa en el desarrollo personal y profesional de los subordinados, en la calidad del servicio de atención al cliente en la agencia del IESS en la ciudad de Milagro.</p>	<p>La atención brindada tiene que ser mejorada y sobre todo, es oportuna que sea en calidad y calidez, para el afiliado de una manera clara y correcta. (6, 8)</p>
<p>La calidad del servicio de atención al cliente dentro de la organización ocasiona individualismo entre colaboradores y pérdida de recursos que afectan en el cumplimiento de objetivos y resultados.</p>	<p>Desconocimiento del correcto funcionamiento del servicio de atención al afiliado en la sucursal del IESS Milagro y poder solucionar con brevedad los problemas del afiliado. (5)</p>
<p>El desconocimiento de las ventajas y desventajas del estilo de dirección autocrático ocasiona una mala aplicación del mismo por parte de los gerentes y mandos medios.</p>	<p>Realizar una correcta comunicación en la Institución con el afiliado, por los medios correctos como los medios de comunicación. (8)</p>
<p>La implementación de un proceso de retroalimentación incide de manera directa en el cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales.</p>	<p>Conocer y reducir las constantes quejas de los afiliados de la agencia Milagro sobre la atención de la institución, permitirá la implementación de nuevas estrategias para cumplir las metas propuestas. (10, 11)</p>

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1. TEMA

Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado.

5.2. JUSTIFICACIÓN.

El desarrollo investigativo consiste en realizar una Reingeniería del proceso de atención al usuario, la propuesta de este tema nace en base a información obtenida de métodos empíricos fundamentales como la observación y de los métodos empíricos complementarios como la encuesta y la entrevista; aplicados directamente a los afiliados de esta Institución de salud, al igual que al recurso humano que labora dentro de esta área hospitalaria. La presente investigación se desafía al reto de rediseñar la estructura organizacional con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado utilizando estrategias eficaces que permitan atender las necesidades de los afiliados de una manera adecuadaeficaz e inmediata, con una atención con calidad y calidez.

La personalización, análisis y el adecuado diagnóstico del inconveniente sumado a las posiciones y oportunidades institucionales, constituyen pilares fundamentales para el bosquejo. Este crecimiento formado es el que permite igualar nuevas maneras de mejorar el servicio al afiliado.

La elaboración y puesta en ejecución del proyecto de un Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado y superación de expectativas del mismo.

Para la adquisición de este propósito se cuenta con fuentes de investigación necesarias para la elaboración, además de la contribución de afiliados y oficinistas del IESS Agencia-Milagro.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

Desarrollar el rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado, donde los participantes puedan tener la capacidad de mejorar su eficiencia y eficacia, gracias al desarrollo de habilidades intangibles.

5.4.2 Objetivos Específicos

- Elaborar un organigrama estructural para el manejo del programa, así como sus manuales de funciones.
- Establecer estándares de excelencia en la calidad referentes a la atención hacia la comunidad afiliada.
- Elaborar un Plan de Marketing, a través del marketing mix para dar a conocer la creación del programa de formación ejecutiva en el medio local.

5.5 UBICACIÓN

La República del Ecuador, provincia del Guayas, Cantón Milagro, calles

Gráfico# 13



Logotipo del IESS

Gráfico# 14



5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Factibilidad Administrativa

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad, cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social.

MISIÓN: El IESS²⁰ tiene la misión de proteger a la población urbana y rural, con relación de dependencia laboral o sin ella, contra las contingencias de enfermedad, maternidad, riesgos del trabajo, discapacidad, cesantía, invalidez, vejez y muerte, en los términos que consagra esta Ley.

VISIÓN: Ser un líder en salud con enfoque científico e investigativo, reconocido en la comunidad por una calidad de atención oportuna y especializada con personal calificado, con tecnología moderna que brinde al usuario atención en salud con calidad y calidez en todos los servicios.

²⁰<http://www.imgroup.com.ec/biblioteca/ley-seguridad-social>

VALORES

Profesionalismo.- Demostrar sus habilidades y destrezas en cada una de sus funciones.

Solidaridad.- Nos solidarizamos con nuestros usuarios.

Respeto.- Crear, mantener y fortalecer las relaciones interpersonales fomentando una cultura de respeto.

Equidad.- Dar atención integral a todos los usuarios

Responsabilidad.- Cumplir a cabalidad nuestras funciones, con honestidad.

Cordialidad.- Mantener un ambiente agradable entre el usuario externo e interno.

Humanismo.- Considerar y valorar al usuario como ser humano.

CARACTERÍSTICAS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE:

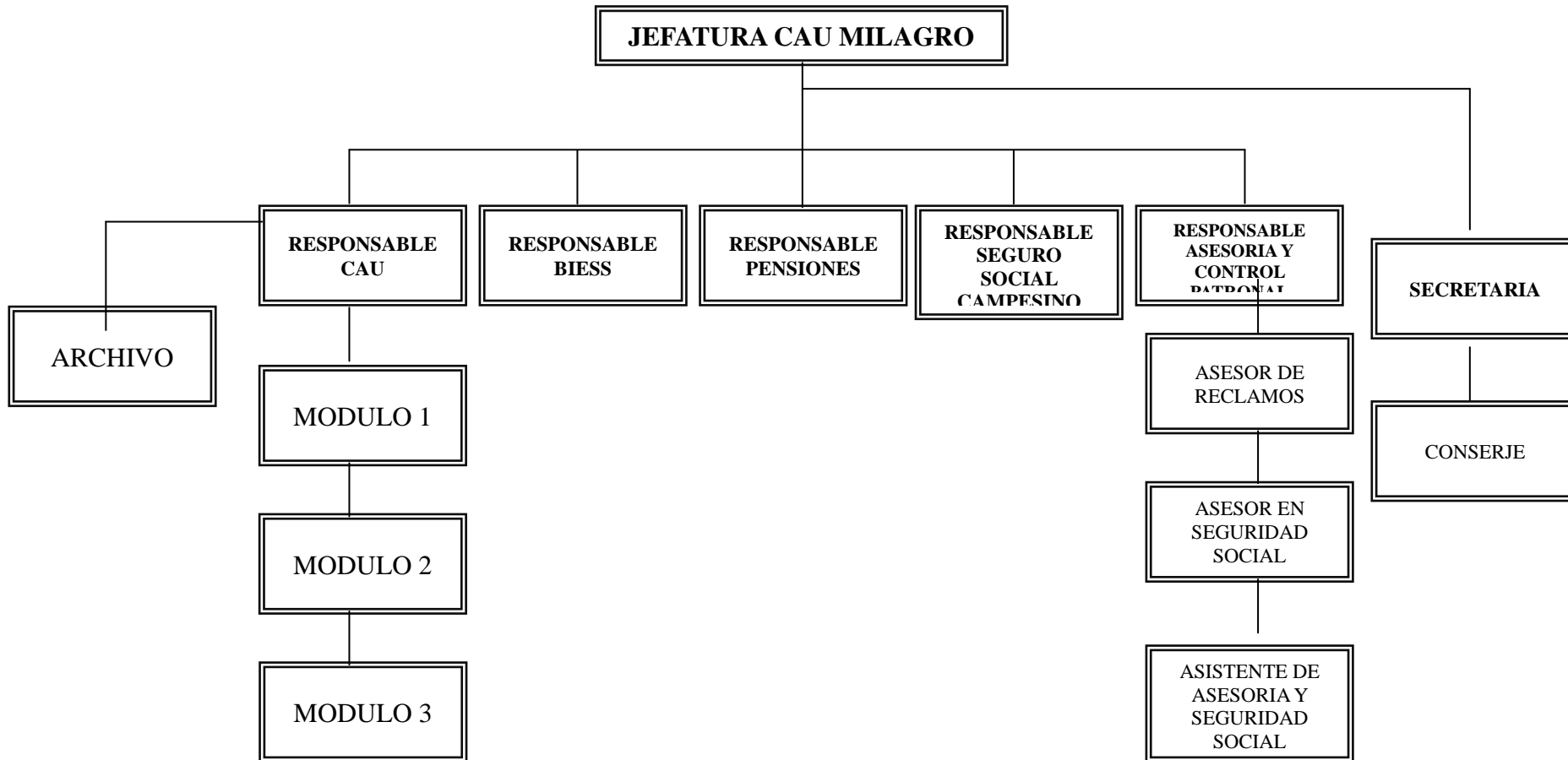
R. Desatnick²¹ dice que las características más importantes que debe tener la atención al cliente son:

- La labor debe ser empresarial con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y con cortesía.
- El empleado debe ser accesible, no permanecer ajeno al público que lo necesita.
- El público se molesta enormemente cuando el empleado que tiene frente a él no habla con claridad y utiliza un vocabulario técnico para explicar las cosas.

²¹<http://clubensayos.com/imprimir/Calidad-De-Atencion-Al-Cliente/8493.html>

ORGANIGRAMA

ORGANIGRAMA CENTRO DE ATENCION UNIVERSAL IESS



DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES RESPONSABLE DE JEFATURA CAU MILAGRO

Función Básica

Responsable de planificar, organizar y controlar la administración de la empresa de hacer cumplir las metas de la institución, además de realizar las alianzas estratégicas para conseguir innovación tecnológica y capacitación continua del personal en funciones.

Funciones Específicas

- ❖ Desarrollar estrategias para cumplir las metas trazadas por la empresa
- ❖ Aprobar programas de desarrollo y presupuestos fijadas por las empresas
- ❖ Analizar los estados financieros
- ❖ Establecer la correcta asignación y utilización de los recursos
- ❖ Promocionar capacitaciones de los clientes de acuerdo al área comercial en donde se desempeña.
- ❖ Establecer un cronograma para las visitas a clientes especiales
- ❖ Supervisar el cumplimiento de las políticas y normas de la empresa
- ❖ Definir directrices y perfiles para el reclutamiento y selección de personal
- ❖ Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gente
- ❖ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- ❖ Estar al tanto de los cambios tecnológicos o burocráticos en relación a las necesidades de los clientes.

Perfil del Cargo

- ❖ Edad: 25 años en adelante

❖ Genero indistinto
❖ Estado Civil indistinto

COMPETENCIA TÉCNICA
Profesional con título universitario en carreras de Tributación y Administración, C.P.A. o carreras afines. Experiencia mínima de 2 año en cargos similares
Capacitación y conocimientos requeridos
❖ Capacitación en programas aplicativos de contabilidad
❖ Ley de régimen tributario actualizado
❖ Asesorar en relación con la aplicación e interpretación de la legislación tributaria
❖ Herramientas de control de gerencial, financiero y contable

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL BIES

Función Básica
El administrador del BIES será responsable dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección y control a fin de lograr los objetivos establecidos, se ocupa del cumplimiento de las estrategias fijadas por el negocio. Representar a la organización frente a terceros. Coordina la ejecución del plan de marketing.
Funciones Específica
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla estrategias competitivas para el buen desempeño dela administración de las bodegas de alquiler. • Elabora planes, presupuestos y sistemas de control. • Analiza los resultados obtenidos y la rentabilidad del negocio. • Establece la correcta asignación y utilización de los recursos. • Realiza investigaciones de mercado sobre los tipos de clientes y proveedores. • Establecer el costo y precio de alquiler de las bodegas. • Promocionar campañas publicitarias. • Brindar información sobre el establecimiento y servicios que ofrece. • Recibir visitas de clientes especiales. • Supervisa el servicio de atención al cliente.
❖ Atender quejas y verificar eficacia de las acciones tomadas.
❖ Verifica el cumplimiento de los estándares de calidad del servicio.
❖ Definir directrices para el reclutamiento y selección de personal.
❖ Establecer procesos y manuales de trabajo para su posterior aplicación.
❖ Investiga las preferencias, gustos y necesidades del cliente.
❖ Edad: Entre los 25 y 45 años
❖ Género: Indistinto.
❖ Estado civil: Indistinto

Competencia Técnica
❖ Profesional con título universitario en carreras de Administración, C.P.A. o carreras afines. Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
Capacitación y conocimientos requeridos
❖ Cursos generales:
❖ Inglés actualizado
❖ Word
❖ Excel
❖ PowerPoint
❖ Internet
❖ Ley de régimen tributario intermedio
Conocimientos en:
❖ Procesos básicos de control gerencial y de liderazgo
❖ Conocimiento de software contable
❖ Herramientas de control de gerencial, financiero y contable
❖ Aplicación de normas de seguridad.
Especificaciones
❖ Capacidad para solucionar problemas internos que se llegaran a presentar en la organización.
❖ Tomar toda clase de decisiones dentro de la organización.
❖ Comunicación verbal clara, fluida y entendible con empleo de un lenguaje oral – expresivo adecuado
❖ Planificación de estrategias a corto, mediano y largo plazo.
❖ Capacidad para negociar con proveedores y de igual forma con clientes potenciales y reales.
❖ Capacidad para trabajar bajo presión y manejar razonablemente las amenazas externas que se presenten en el mercado.
❖ Debe ser organizado, ordenado y preciso en todas sus actividades que realice diariamente.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL RESPONSABLE DE PENSIONES

Función básica

El responsables de pensiones tiene la responsabilidad de llevar al día los pagos a realizarse dentro de la organización, también de tener al día los estados financieros tales como balance general, estado de perdidas y ganancia ,gastos, etc.

Funciones Específicas

- ❖ Cancela facturas, notas de venta y ticket por el pago de los proveedores.
- ❖ Realiza el arqueo de caja quincenal o mensual de la organizacional.
- ❖ Realiza el rol de pagos y conciliación de cuentas mensual.
- ❖ Contabilizar las ventas mensuales.
- ❖ Se encarga de cancelar los impuestos.
- ❖ Contabilizar los gastos mensuales.

Perfil del cargo

- ❖ Edad: Entre los 25 y 34 años.
- ❖ Género: Indistinto.
- ❖ Estado civil: Indistinto.

Competencia Técnica

- ❖ Ser Ing. C.P.A. Experiencia mínima de 2 años en el desempeño de cargos similares.

Conocimientos y habilidades requeridos

- ❖ Manejo de programas básicos de office.
- ❖ Manejo de programa de Excel.
- ❖ Manejo del programa Minitad
- ❖ Leyes y normas que rigen y se aplican a este tipo de empresas (alquiler de bodegas).
- ❖ Herramientas de control contable y financiero.
- ❖ Rapidez mental y numérica en todas las actividades a emprender.
- ❖ Capacidad para trabajar en equipo.
- ❖ Capacidad de trabajo bajo presión.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA

Función Básica

Colaborar y cumplir con las funciones delegadas por el administrador, para un mejor desarrollo y administración de la Organización.

Función específica

- ❖ Custodiar los documentos internos de la organización.
- ❖ Coordinar visitas con los proveedores para la obtención de suministros
- ❖ Mantener un buen trato con los clientes.

Perfil del cargo

Edad: 23 a 30 años

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Competencias técnicas

Educación: Estudios Superiores en secretariado bilingüe o carreras a fines. (Cursando Tercer año en adelante).

Experiencia: 1 año en cargos similares.

Competencias y habilidades requeridas

Negociación

Calidad del trabajo

Habilidad analítica

Conocimiento de la industria y el mercado

Aprendizaje continuo

Trabajo en equipo

Cursos de especialización

Ética y comportamiento humano

Calidad en atención y Servicio al Cliente

DESCRIPCION DE FUNCIONES DE ASESORIA Y CONTROL PATRONAL.

Función básica:

Es responsable de brindar excelente servicio y cordial atención a los clientes de la agencia, con el objeto de lograr la satisfacción y lealtad de éstos, de acuerdo a normas y procedimientos establecidos.

Funciones específicas:

- ❖ Actuar con iniciativa ante exigencias o detalles de nuestros clientes, logrando su satisfacción.
- ❖ Agradecer al cliente por su tiempo una vez que se le haya atendido.
- ❖ Enviar reportes e informes acerca de las labores realizadas en el mes.
- ❖ Realizar visitas a los posibles clientes.
- ❖ Disponibilidad para cualquier otra tarea.

Perfil del cargo:

Edad: de 23 años en adelante.

Sexo: de preferencia femenino.

Estado civil: indiferente.

Competencias técnicas:

Estudiantes de ventas o materias a fin mínimo de segundo año.

Experiencia mínimo un año.

Competencias y habilidades requeridas:

Comunicación.

Asertividad.

Empatía.

Habilidades de negociación.

Creatividad.

Cursos de especialización:

Ventas.

Atención al cliente.

DESCRIPCION DE FUNCIONES DEL RESPONSABLE CAU (MÓDULOS)

Función Básica
Rresponsable de atender a los clientes que lleguen a la oficina y direccionar y establecer las rutas de la visitas a los asesores correspondientes.
Funciones Específicas
❖ Recepcionista.
❖ Presentar informes, presupuestos, otros
❖ Tramitar documentaciones
❖ Agendar las reuniones con clientes
Perfil del Cargo
❖ Edad: entre los 21 en a delante
❖ Género femenino
❖ Estado Civil indistinto
COMPETENCIA TÉCNICA
Formación académica con titulo de Ing. en CPA y asociada al colegio de contadores.
Capacitación y conocimientos requeridos
❖ Manejo de documentos y administración de la oficina de los asesores, además de ser custodia de la caja chicha.

DESCRIPCION DE FUNCIONES DEL ASESOR DEL SEGURO CAMPESINO

Función Básica

Responsable de asesorar al cliente en todo lo referente a la gestión administrativa mediante capacitaciones, que se realizaran en el lugar de trabajo de los clientes, los cuales se realizaran e forma personal y con relación al tipo de negocio del cliente.

Funciones Específicas

- ❖ Diseñar estrategias para el manejo del recurso humano de los diferentes segmentos del mercado según las necesidades de especificas de los potenciales clientes
- ❖ Coordinar con la gerencia la elaboración de nuevos productos y servicios del área de gestión de personal
- ❖ Realizar visitas , asesorías a los clientes de las empresas
- ❖ Capacitar a los clientes según la modalidad y método que los clientes soliciten
- ❖ Realizar trabajos de campo
- ❖ Evaluar mensualmente las actividades y los progresos de los clientes
- ❖ Realizar proyecciones del trabajo a realizar
- ❖ Realizar informes para la empresa y para los clientes
- ❖ Supervisar las actividades implementadas a los clientes
- ❖ Implementar modelos de registros para uso de la empresa y clientes
- ❖ Analizar el desempeño de los clientes

Perfil del Cargo

- ❖ Edad: 25 años en adelante
- ❖ Genero indistinto
- ❖ Estado Civil indistinto

COMPETENCIA TÉCNICA
Formación académica Título de Tercer Nivel en Administración de empresas, Comercial, CPA o afines
Capacitación y conocimientos requeridos
❖ Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel
❖ Uso de programas computacionales como herramientas para el desarrollo de su gestión.

DESCRIPCION DE FUNCIONES DEL ASESOR DE RECLAMOS

Función Básica
Responsable de asesorar al cliente en el área contable y tributaria ayudando a crear programas, sistemas acordes a su negocio.
Funciones Específicas

❖ Diseñar propuestas de asesoramiento en el área contable de costos y tributario para los diferentes segmentos del mercado según necesidades específicas de los potenciales clientes
❖ Coordinar con la gerencia la elaboración de nuevos productos y servicios del área contable y tributaria
❖ Realizar visitas , asesorías a los clientes de las empresas
❖ Capacitar a los clientes según la modalidad y método que soliciten los usuarios
❖ Hacer auditorias periódicas dentro de las empresas de los clientes
❖ Hacer trabajo de campo
❖ Declaración de impuestos para personas naturales o sociedades
❖ Evaluar mensualmente las actividades y los progresos de los clientes
❖ Realizar informes para la empresa y para los clientes
❖ Supervisar las actividades implementadas a los clientes
❖ Implementar modelos de registros para uso de la empresa y clientes
❖ Analizar el desempeño de los clientes

Perfil del Cargo
❖ Edad: 25 años en adelante
❖ Genero indistinto
❖ Estado Civil indistinto

COMPETENCIA TÉCNICA

Profesional con título universitario en carreras C.P.A. o Ing. en auditoria pública. Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.
--

Capacitación y conocimientos requeridos
--

❖ Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel

❖ Manejo de la LORTI y demás leyes relacionadas con la parte tributaria y normas de trabajo en el país.

❖ Manejo de sistemas operativos para implementar a los clientes

DESCRIPCION DE FUNCIONES DEL ASESOR DE SEGURIDAD SOCIAL

Función Básica

Responsable de asesorar al cliente en todo lo referente a la gestión de seguridad social mediante capacitaciones y demás técnicas que le faciliten al cliente

Funciones Específicas

- ❖ Diseñar estrategias para el manejo del recurso humano de los diferentes segmentos del mercado según las necesidades de específicas de los potenciales clientes
- ❖ Coordinar con la gerencia la elaboración de nuevos productos y servicios del área de gestión de personal
- ❖ Dar tutorías, asesorías a los clientes de las empresas
- ❖ Capacitar a los clientes según la modalidad y método que los clientes soliciten
- ❖ Realizar trabajos de campo
- ❖ Evaluar mensualmente las actividades y los progresos de los clientes
- ❖ Realizar proyecciones del trabajo a realizar
- ❖ Realizar informes para la empresa y para los clientes
- ❖ Supervisar las actividades implementadas a los clientes
- ❖ Implementar modelos de registros para uso de la empresa y clientes
- ❖ Analizar el desempeño de los clientes

Perfil del Cargo

- ❖ Edad: 25 AÑOS en adelante
- ❖ Genero indistinto
- ❖ Estado Civil indistinto

COMPETENCIA TÉCNICA

Formación académica Título de Tercer Nivel en Administración de empresas, Comercia, marketing o afines

DESCRIPCION DE FUNCIONES DELASECRETARIA

Función Básica

Responsable de atender a los clientes que lleguen a la oficina y direccionar y establecer las rutas de la visitas a los asesores correspondientes, llevar la contabilidad de la empresa, pago de cuentas, nomina y presentar los informes correspondientes.

Funciones Específicas

- Recepcionista.
- Contabilidad integral, correspondencia
- Presentar informes, presupuestos, otros
- Tramitar documentaciones
- Agendar las reuniones con clientes
- Asistente del gerente general

Perfil del Cargo

- Edad: entre los 25 en adelante
- Género femenino
- Estado Civil indistinto

COMPETENCIA TÉCNICA

Formación académica con título de Ing. Comercial,

Capacitación y conocimientos requeridos

- Manejo de documentos y administración de la oficina de los asesores, además de ser custodia de la caja chica.

FACTIBILIDAD PRESUPUESTARÍA

Una vez realizadas las cotizaciones de los equipos, suministros y otros bienes que se necesitara para poner en marcha el Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado, concluimos que la propuesta es absolutamente factible ya que la empresa cuenta con el suficiente respaldo económico y físico sin ningún inconveniente.

FACTIBILIDAD TÉCNICA

El lugar donde se pondrá en marcha el programa está completamente equipado para este efecto gracias a la gestión eficaz que se ha llevado a cabo hasta el momento.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

MARKETING MIX

Es posible definir el Marketing Mix²², como la combinación coherente de las cuatro variables que constituyen la parte fundamental de las actividades de Marketing.

- Producto servicios
- Plaza (distribución) Agencia IESS Milagro
- Promoción Página WEB IESS
- Precio definido en Presupuesto IESS

EL MARKETING Y LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES

El Marketing es el proceso de planificar y ejecutar la concepción del producto, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan tanto a objetivos individuales como a los de las organizaciones.

El Marketing concentra sus esfuerzos en identificar las necesidades insatisfechas de los clientes, tratar de canalizar sus deseos y poder estimular la

²²<http://www.slideshare.net/tete0189/el-marketing-estrategico>

demanda de sus productos. Para ello, la comercialización requiere conocer al Cliente, sus Valores y sus Expectativas. —El cliente, previo al momento de la toma de una decisión de compra de un bien o servicio, realiza una estimación de cuál de todas las ofertas le proporciona mayor Valor. Dado que los clientes buscan maximizar el Valor, ellos forman una Expectativa de Valor.

Si la oferta está a la altura de su Expectativa de Valor, la misma va a incidir sobre su Nivel de Satisfacción.

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Sobre las características de los servicios: —La doctrina y el ordenamiento jurídico que los rige, los rangos más resaltantes de los servicios públicos pueden compendiarse así:

- Todo servicio público debe suministrarse con un criterio gerencial y con cuidadosa consideración a las funciones del proceso administrativo científico: planificación, coordinación, dirección, control y evaluación, tanto en su concepción orgánica como en el sentido material y operativo.
- Debe funcionar de manera permanente, es decir, de manera regular y continua para que pueda satisfacer necesidades de las comunidades por sobre los intereses de quienes los prestan.
- La prestación del servicio público no debe perseguir principalmente fines de lucro; se antepone el interés de la comunidad a los fines del beneficio económico de personas, organismos o entidades públicas o privadas que los proporcionan.

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una Institución Pública de Seguridad Social, cuya razón de ser es brindar protección al trabajador ecuatoriano y a su familia, cubriendo las contingencias que acaecen durante su vida laboral y profesional, para lo cual administra el Seguro General Obligatorio, el que comprende los siguientes seguros:

PRODUCTO

SEGURO DE SALUD INDIVIDUAL Y FAMILIAR

El Seguro de Salud Individual y Familiar está orientado a brindar bienestar a todas y todos los asegurados y beneficiarios, con prestaciones de salud y servicios de calidad y calidez, y a cubrir de manera universal e integral todos los ciclos vitales del ser humano. Protege a:

- Afiliado/Afiliada activo y voluntario del Seguro General Obligatorio y sus dependientes: cónyuge o conviviente con derecho, e hijos dependientes hasta los 18 años de edad.
- Pensionistas de invalidez y vejez del Seguro General y pensionistas de incapacidad permanente total o absoluta del Seguro General de Riesgos del Trabajo.
- Beneficiarios de montepío por orfandad de los Seguros General y Riesgos del Trabajo e hijos menores de 18 años.

SEGURO DE PENSIONES

Este seguro protege económicamente al asegurado (a) y su familia, con prestaciones económicas (pensiones), que se financian con el 9.74% del salario de aportación del afiliado.

Las prestaciones son las siguientes:

- Jubilación Ordinaria por Vejez.
- Jubilación por Invalidez que incluye el Subsidio Transitorio por Incapacidad.
- Pensiones de Montepío a los beneficiarios dependientes: viuda e hijos menores de 18 años, o vitalicia para hijos discapacitados.
- Auxilio de Funerales por fallecimiento del asegurado.
- Jubilaciones Especiales: a los trabajadores de telecomunicaciones, a los de artes e industrias gráficas; y a los zafreros.
- Mejoras de jubilación por Vejez.

SEGURO DE RIESGOS DEL TRABAJO Y ENFERMEDADES PROFESIONALES

Proteger²³ al afiliado y al empleador de los riesgos derivados del trabajo, mediante programas de prevención y acciones de reparación de los daños derivados de los accidentes del trabajo y enfermedades profesionales, incluida la rehabilitación física y mental y la reinserción laboral, las prestaciones son:

Indemnización económica por daños menores, calificada hasta el 20% de pérdida de la capacidad laboral normal.

Pensión por incapacidad laboral mayor, calificada de más del 20% de pérdida de la capacidad laboral normal.

Pensión de montepío por fallecimiento del asegurado a los beneficiarios dependientes: viuda e hijos menores de 18 años, o vitalicia para hijos discapacitados.

SEGURO SOCIAL CAMPESINO

Este Seguro, que es un régimen especial, protege a la población del sector rural y pescador artesanal del Ecuador, con programas de salud integral, saneamiento ambiental y desarrollo comunitario. Promueve la participación social para contribuir a elevar el nivel de vida y potenciar su historia, organización y cultura.

BENEFICIARIOS:

El jefe de familia asegurado, Cónyuge o conviviente, Hijos y familiares que vivan bajo su dependencia, Jubilado, Pescador artesanal

SERVICIOS Y PRESTACIONES:

Promoción, prevención en salud, saneamiento ambiental y desarrollo comunitario.

Atención odontológica preventiva y de recuperación.

Atención durante el embarazo, parto y postparto.

Pensiones de jubilación por invalidez y vejez

²³http://www.iess.gob.ec/documentos/transparencia/lotaip_2010/renciacion_cuentas/ENE_JULIO_2011RI_ESGOS.pdf

Auxilio de funerales.

El Seguro Social Ecuatoriano cubre a todos sus asegurados y beneficiarios con derecho, en las contingencias de: enfermedad, maternidad, accidentes laborales, discapacidad, cesantía (desempleo), invalidez, vejez y muerte, en atención al marco legal vigente, para ello realiza determinados procesos, uno de ellos es la afiliación de trabajadores y empleadores, esto comprende el registro y mantenimiento de su historia laboral y registro de sus aportaciones mensuales en el Sistema de Historia Laboral, proceso que se ejecuta por Internet en la página WEB del IESS www.iess.gob.ec, al ingresar a la página web del IESS se observa:

- La información sobre las aportaciones de los afiliados antes de la creación del Sistema de Historia Laboral, estaba dispersa y desactualizada.
- La atención al usuario del proceso de pago de aportes era inoportuna e ineficiente.
- La cultura organizacional no estaba orientada al servicio del cliente y la tecnología informática y de telecomunicaciones era inexistente.
- Gracias al Sistema Informático y de Telecomunicaciones del IESS, las prestaciones y servicios serán entregados de manera oportuna con base en información de calidad, directamente proporcionada por los Empleadores lo cual implica claridad y transparencia, habrá un óptimo control de las contribuciones gracias a procesos mejorados y uso de recursos óptimos a favor del cliente, apoyado en una base de datos a nivel nacional que crecerá día a día.
- La creación y mantenimiento del sistema informático del IESS es uno de los esfuerzos más importantes de modernización que ha realizado el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Tanto los Afiliados como los Empleadores pueden acceder al sistema a través de una clave personal dotada por la Institución, para que realicen sus consultas y transacciones específicas, los servicios de internet están disponibles en la página WEB del IESS para empleadores, afiliados y pensionistas.

SERVICIOS POR INTERNET EMPLEADORES²⁴

Afilie a sus Empleados

Registro Nuevo Empleador

Comprobantes de Pago

Empleador con Clave + servicios

Subsidios Monetarios

Registro de Dependientes

El Empleador tanto del sector público como privado, previo a registrarse en el IESS, debe acudir al Servicio de Rentas Internas SRI para obtener el Registro Único de Contribuyentes RUC, excepto los empleadores de servicio doméstico, deben inscribirse en la base de datos del IESS y obtener una clave, para ello debe bajar de la página del IESS la solicitud de clave patronal.

²⁴www.iess.gob.ec empleador

ANÁLISIS FODA

CUADRO -# 13

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Personal capacitado en el área técnica.• Organización funcional del área.• Insumos de calidad.• Estructura hospitalaria en nivel 2.	<ul style="list-style-type: none">• Convenios interinstitucionales.• Personal dispuesto al cambio.• Tecnología existente en el mercado.• Capacitaciones disponibles orientadas al servicio al cliente
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Personal poco capacitado en la atención al cliente.• Polifuncionalidad de los galenos durante el diagnostico.• Falta de priorización de casos emergentes y urgentes.• Inadecuado control del proceso de atención al usuario afiliado.	<ul style="list-style-type: none">• Desastres naturales.• Delincuencia.• Ubicación geográfica.• Políticas Gubernamentales.

FODA-DODA

CUADRO -# 14

	AMENAZA	OPORTUNIDAD
FORTALEZAS – Personal capacitado en el área técnica y atención al cliente –Organización funcional del área – Insumos de calidad – Estructura hospitalaria y de agencia en nivel 2	– Desastres naturales – Delincuencia – Ubicación geográfica – Políticas Gubernamentales	– Convenios interinstitucionales – Personal dispuesto al cambio –Tecnología existente en el mercado –Capacitaciones disponibles orientadas al servicio del cliente
	Elaborar planes de contingencia en casos de desastres.	Solicitar movilización debidamente equipada para el uso exclusivo del área de atención al afiliado.
	Implementación del Proyecto para Atención al afiliado.	Adecuar infraestructura para la implementación del área de atención al afiliado.
	Desarrollo de una Central de Coordinación de Emergencias	Fomentar una cultura de servicios de calidad hacia los usuarios por parte de los trabajadores de la agencia.
	Fortalecer los procesos de adquisición	Determinar alternativas de capacitación que ofrece la universidad y centros especializados sobre servicio al cliente.
DEBILIDADES –Personal poco capacitado en la atención al cliente – Polifuncionalidad de Del personal durante el diagnostico de un problema – Falta de priorización de casos emergentes y urgentes. – Inadecuado control del proceso de atención al usuario afiliado.	Asegurar el Acceso y disponibilidad de Medicamentos de calidad	Solicitar la adquisición de equipos con tecnología de punta para el área de atención a los afiliados.
	Fortalecer el nivel de calidad y oportunidad de las atenciones de emergencia y urgencia elevando el nivel de satisfacción del usuario	Desarrollo de un plan anual para la capacitación continua del personal.
	Estandarizar y Rediseñar los Procesos de Atención	Acreditar al personal en atención de emergencias y desastres según normas internacionales.
	Cumplimiento de Normas de Bioseguridad	Colocar personal administrativo en el área de atención al cliente para la realización de tareas acordes.

ESTRATEGIAS

ESTRATEGIA 1

SEGMENTAR²⁵ LOS SERVICIOS PARA SATISFACER LA DEMANDA.

Se clasificarán por servicios como generación de comprobantes para pago de aportes, actualización de novedades laborales, claves patronales y personales claves patronales y personales, consulta de la mora patronal, registro de cuentas bancarias para diferentes trámites, actualización de datos de empresas- empleadores y afiliados, aviso de entrada nuevos ingresos avisos de salida en general, usuarios en general, así como también se dará preferencia al usuario minusválido, de tercera edad y embarazadas de esta manera se logrará disminuir las largas filas de espera de atención al cliente y mejorar sustancialmente la atención con oportunidad en el Seguro General en Milagro

ESTRATEGIA 2.

PLAN DE CAPACITACIÓN A LOS TRABAJADORES DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

Se contará con dos capacitadores, los cuales establecerán conferencias en temas básicos de Relaciones Humanas y Atención al Cliente. El capacitador de Relaciones Humanas será un funcionario del IESS al acontecimiento concurrirán solo personal del área de atención al cliente y del Departamento de afiliación y control patronal.

Se contratará otro capacitador de marketing especializado en atención al afiliado se realizara la entrega de forros, hojas y bolígrafos, materiales con que cuentan la Institución.

Se les brindará un refrigerio en los días que permanezca la capacitación, llevando una variedad en los alimentos con nutrimentos esenciales para aumentar y recompensar la energía utilizada.

²⁵²⁵<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2400/1/02%20IME%20080%20TESIS.pdf>



Elaborado por: Jorge Luis Carbo Vélez.

ESTRATEGIA 3.

REALIZAR Y DELINEAR SEÑALÉTICA EN EL EDIFICIO DEL IESS AGENCIA-MILAGRO.

Se delinearán las diferentes señaléticas, en el edificio del IESS de Milagro la imagen de logotipo del IESS fue extraída en www.iess.gov.ec la que será ejecutada de la siguiente manera:

En la planta baja donde funciona la Ventanilla Única de información al público estarán avisos en cada cubículo incluido el de información, prudente será colocado el rótulo reunión de pisos con la localización de cada una de las dependencias y oficinas que prestan servicios en el edificio. En el mezanine está ubicado la sala de capacitaciones y la oficina de talento humano. Los rótulos de enumeración serán colocados en cada Departamento de las oficinas, así como también señalética de extintores de incendios, baños, escaleras, pisos.

También se pretende hacer cumplir con los reglamentos internos de la Institución que es llevar puesto la documentación de identificación personal, el uso será obligatorio en el área de atención al cliente, para que los clientes sepan que trabajador está atendiendo su exigencia e inquietudes.

ESTRATEGIA 4.

DAR A CONOCER A LOS AFILIADOS LOS SERVICIOS QUE BRINDAN EL IESS, LAS BONDADES Y BENEFICIOS

Se hará la utilización correcta del televisor LCD que se encuentra en la sala de espera, en la que se podrá representar los servicios del IESS en forma de video y se indicara los beneficios y bondades que generan los servicios, con spot publicitarios y de entretenimiento, la extracción de la imagen se realizó mediante una captura de pantalla de la página web del IESS (www.iess.gob.ec).

FACTIBILIDAD LEGAL.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL.

TITULO I DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 1. NORMA LEGAL, FUNDAMENTO DE ESTE REGLAMENTO:

En cumplimiento de lo que dispone el Artículo 63 del Código de Trabajo y el correspondiente del Contrato Colectivo, y para todos los efectos previstos en las Leyes Laborales vigentes, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, con jurisdicción en el territorio nacional, cuya sede principal es la ciudad de Quito, dicta el presente

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO.

Art. 2. MARCO DE LA ACCIÓN LEGAL:

El presente Reglamento, fija el marco normativo dentro del cual se desenvolverán las pertinentes relaciones laborales internas entre el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y sus servidores sujetos al Código de Trabajo.

Sin perjuicio de lo prescrito en el Código Laboral, este Reglamento abarca y norma específicamente los siguientes aspectos:

- a) La selección, Ingresos, Provisión, y Promoción de los cargos;
- b) La Clasificación de los puestos y Evaluación del personal;
- c) La Capacitación;

- d) Las atribuciones del Comité Obrero Patronal en lo relativo al presente Reglamento; y,
- e) El Régimen Disciplinario.

Art. 3. PARTES OBLIGADAS:

Para su fiel y estricto cumplimiento, son partes obligadas:

- a) La parte Empleadora representada por el Director General del IESS: y portodos los que a su nombre ejercen dentro del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, funciones de Dirección, Jefatura o de administración; y,
- b) Laparte trabajadora conformada por todos los servidores del IESS, protegidos porel Código Laboral.

Art. 4. DIVULGACIÓN Y CONOCIMIENTO.

La parte Empleadora para el cabal y debido conocimiento de la parte Trabajadora queda obligada a difundir este Reglamento, entregando sendosejemplares del mismo a todos sus servidores. Con igual finalidad hará constaren lo posterior los Contratos de Trabajo que celebrare, cláusula especial en laque el servidor contratado, exprese conocer el contenido y alcance de lasdisposiciones de dicho Cuerpo Normativo, para lo que previamente leproporcionará un ejemplar del mismo.

Por consiguiente, ni la parte empleadora, ni la parte trabajadora, podrán alegarsu ignorancia como causa de excusa que le releve de su cumplimiento.

Art. 5. IRRETROACTIVIDAD:

Las disposiciones de este Reglamento rigen para lo venidero, % siendo en consecuencia irretroactivas.

Art. 6. APLICACIÓN FAVORABLE AL TRABAJADOR.

En caso de duda, en cuanto al alcance de las disposiciones de este Reglamento, la parte Empleadora y el Comité Obrero Patronal las aplicaran enel sentido más favorable a la parte trabajadora.

Art. 7. PREEMINENCIA DE LOS DERECHOS ADQUIRIDOS:

Los derechos adquiridos por la parte Trabajadora con arreglo a la Ley, el Contrato Colectivo o a la costumbre, no podrán ser disminuidos, ni alterados: y prevalecerán sobre cualesquiera otros que se le opongan.

Art. 8. NULIDADES:

La inobservancia de las disposiciones de este Reglamento, acarreará en el caso de la parte Empleadora la nulidad de sus actos.

La planificación estratégica que le guiará en el desarrollo de su gestión.

Beneficios

- Tener una visión global del negocio
- Contar con la información necesaria para tomar decisiones
- Establecer mecanismos para expandirse
- Anticipar acciones para futuro
- Facilitar el trabajo en equipo

.La planificación estratégica contempla lo siguiente:

- **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**
 - Análisis del entorno Interno y externo
 - Matrices de impacto interno y externo
 - Hoja de trabajo FODA
 - Matriz estratégica FODA

- **DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**
 - Formulación de la visión
 - Declaración de la misión
 - Principios y valores
 - Planteamiento de Objetivos

- **IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS**
 - Planteamiento de estrategias (acciones)
 - Cronograma de actividades
 - Aplicación de las estrategias

➤ EVALUACIÓN Y CONTROL

- Seguimiento y evaluación de los resultados

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

El direccionamiento estratégico es la filosofía empresarial que orienta al producto o servicio hacia el cliente a través de la misión, visión, principios y valores, objetivos, estrategias y políticas para el negocio.

➤ Formulación de la visión

La visión de una empresa es plantear un futuro posible. Es hacia dónde se quiere llevar a la organización y qué imagen tendrán los clientes y la sociedad de la empresa. El contenido de la visión debe tener explícito o implícito los motivos por los que se desea dicho futuro.

➤ Declaración de la misión

La *"misión o propósito es el conjunto de razones fundamentales de la existencia de la compañía. Contesta a la pregunta de por qué existe la compañía"*. La misión va más allá del simple deseo de que cumpla su función, sino que debe tener la capacidad de mover a propietarios, inversionistas, empleados, clientes y proveedores a ser parte activa de lo que es la razón de ser o propósito general de la empresa.

➤ Principios y valores

Los valores son el conjunto de características y cualidades de las personas. Los valores son los puntales que facilitarán llegar a la visión y seguir la misión de la empresa.

El objetivo de la definición de valores corporativos es tener un marco de referencia que inspire y regule la vida de la organización. Esto será posible mediante el liderazgo efectivo para que los valores se vuelvan un estilo de vida y afecten los hábitos de las personas.

➤ Planteamientos de Objetivos (corto, mediano y largo plazo)

La teoría administrativa explica que los objetivos son los resultados que se esperan alcanzar en un tiempo determinado.

Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa, éstos establecen un curso a seguir.

Los objetivos tienen que ser medibles y a la vez reales y deben estar relacionados a la calidad y el mejoramiento continuo, a la rentabilidad y a promover la cultura de la organización.

Soluciones Tecnológicas

Este producto consiste en identificar las necesidades de la institución para ofrecer la mejor oferta de sistemas informáticos. Se realiza un análisis de sus requerimiento de y sus capacidades, ajustándonos a su presupuesto.

La institución necesita de la creación para mantener y mejorar su competitividad. La administración de los recursos de la institución se desenvuelve en un ambiente sumamente agresivo.

El mercado internacional cuenta con muchas instituciones que ofrecen sistemas de información que facilitan la gestión de los negocios.

5.5 ACTIVIDADES

Para poder poner en marcha el Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado se ha realizado algunas actividades que detallara a continuación.

- Visitar el IESS a solicitar permiso para realizar varias gestiones referentes al proyecto.
- Se realizó un reconocimiento de toda el área para identificar las falencias que presenta esta Agencia, donde se pudo comprobar que no

existe un rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro.

- Visita por los departamentos para constatar en qué ambiente está laborando el personal.
- Identificación de las situaciones críticas de la institución.
- Realización de cuestionario de preguntas para una encuesta dirigida a los empleados, afiliados y jubilados para saber que opinan del servicio que brinda esta agencia hacia el público externo.
- Recopilación de la información.
- Tabulación de la información.
- Análisis de los resultados.
- Propuesta de la implementación de un rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro.

5.6 Recursos, Análisis Financiero.

CUADRO -# 15

PRESUPESTO DE RECURSO MATERIALES	
RECURSOS OPERACIONALES	CANTIDAD
Resma de Hojas A4.	2
Bolígrafos.	8
Lápiz.	3
Transporte (viáticos)	2
Grapadora.	1
Borradores.	2
Resaltadores.	2
Refrigerios	1
Carpetas	8
Impresión de encuestas	383
Copias	50
Perforadora.	1
Impresiones varias	100
Guión radiofónico radio la Voz de Milagro	1
RECURSOS TECNOLOGICOS	
Internet	20

Autor: Jorge Luis Carbo Vélez

5.6.1 RECURSOS FINANCIEROS

CUADRO -# 16

RECURSOS MATERIALES			
RECURSOS OPERACIONALES	CANTIDAD	VALOR INDIVIDUAL	VALOR TOTAL
Resma de Hojas A4.	2	4,00	8,00
Bolígrafos.	8	0,25	2,00
Lápiz. 3 0,20 0,60	3	0,20	0,60
Transporte (viáticos)	2	50,00	100,00
Refrigerios	1	30,00	30,00
Borradores.	2	0,35	0,70
Resaltadores.	2	0,50	1,00
Grapadora.	1	3,50	3,50
Impresión de encuestas	383	0,35	134,05
Copias	50	0,05	2,50
Perforadora.	1	3,50	3,50
Impresiones varias	100	0,35	35,00
Guión radiofónico radio la Voz de Milagro	1	35,00	35,00
Tríptico	1	10,00	10,00
RECURSOS TECNOLOGICOS			
Internet	20	0,75	15,00
TOTAL			382,85

Autor: Jorge Luis Carbo Vélez

5.6.2 IMPACTO

Con la implementación del Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado, se optimizará las relaciones entre los usuarios, dejando atrás problemas y caos que perjudicaban a la institución, los usuarios externos tendrán una clara visión sobre los servicios y beneficios que brinda esta agencia, causando un impacto institucional a través de una excelente comunicación.

Es un medio abierto que promueve el intercambio de valores solidarios, insertándose en su contexto de verdadero compromiso social, a partir de un adecuado procesamiento del entorno social, económico, laboral, educativo, porque es el que más influye en el comportamiento irreverente de los usuarios, por las falencias, las desigualdades, para determinar un nivel de nuevos instrumentos y herramientas, formación, entretenimiento que no es bien direccionado.

El Programa busca influenciar en la colectividad, llevándoles información, medidas de prevención médica, para que además la comunidad tenga posibilidades de incidir en las decisiones relativas a su propio desarrollo y bienestar.

5.7 CRONOGRAMA DEL TIEMPO DE APLICACIÓN

CUADRO -# 17

No.	ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN	MESES											
			JULIO				AGOSTO			SEPTIEMBRE				
1	Visita al IESS para solicitar permiso para realizar varias gestiones	2 Días	√√											
2	Se realizo un reconocimiento de todo el lugar para conocer las falencias que existen en la agencia	7 Días		√√ √√√	√√									
3	Visita por los departamentos para constatar en qué ambiente está trabajando el personal	3 Día			√√ √									
4	Identificación de la situación crítica de la Agencia	2 Día				√√								
5	Realización de un cuestionario de preguntas para una encuesta dirigida a los afiliados para saber que opinan del servicio que se brinda en esta agencia	4 Día				√√ √	√							
6	Recopilación de información	3 Día					√√ √							
7	Tabulación de la información	2 Día					√	√						
8	Análisis de los resultados	1 semanas						√√ √√	√√ √√√					
9	Propuesta del rediseño de la estructura organización del IESS	1 Día										√		
10	Aprobación del proyecto por el tutor	1 Día											√	
11	Sustentación de la tesis	1 Día												√

Autor: Jorge Luis Carbo Vélez

5.7.1 LINEAMIENTO PARA EVALUAR LA PROPUESTA.

Para poder identificar los problemas a la que es sujeta esta entidad se utilizó como herramienta investigativa la encuesta a los afiliados, entrevistas a funcionarios claves dentro del IESS Agencia- Milagro, para constatar en forma directa que opinaban sobre el servicio y atención que brinda esta institución, que tan reconocida era en este medio, como calificaban el servicio brindado y por ultimo si llenaban las expectativas y necesidades de los usuarios. Una vez obtenida esta información se procedió a trabajar en los puntos críticos (falta de comunicación con los afiliados) para optimizar el servicio, logrando credibilidad total, lealtad y reconocimiento por parte de los afiliados, posicionándose como un grupo respetable y reconocido dentro de este ámbito como es la salud.

CONCLUSIONES

Una vez realizados los estudios pertinentes sobre el tema propuesto se ha concluido con observaciones que aportarán para darle un realce más a este proyecto, el mismo que servirá de gran ayuda al desarrollo comunicacional del IESS Agencia -Milagro.

- De acuerdo a los estudios realizados, mediante la encuesta se pudo comprobar que la institución maneja escasa comunicación hacia los afiliados, motivo por el cual se ha suscitado un ambiente de inconformidad.
- La Institución no cuenta con un Rediseño de la estructura organizacional, motivo por el cual se maneja una escasa información comunicativa tanto al afiliado interno como externo, teniendo estos últimos un alto nivel de desconocimiento sobre los beneficios que tienen al estar afiliados.
- Además la historia dice que el ser humano desde sus inicios ha buscado diferentes maneras de comunicarse, y al pasar el tiempo se han dado modernas y diferentes formas, por lo que en la actualidad contamos con comunicación radial, televisiva, prensa escrita, fax, el internet, etc.
- No se explotan los principales medios informativos para publicar información relevante de carácter social e institucional, razón por la cual se ha presentado escenarios de inconformidad por parte de los afiliados.
- Dentro del proceso investigativo, se pudo conocer que los afiliados y jubilados, desconocen a ciencia cierta sobre los nuevos beneficios que brinda esta respetable Institución, como son la obligación del empleador, proteger al afiliado mediante programas de prevención de los riesgos derivados del trabajo y acciones de reparación de los daños ocasionados de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, incluida la rehabilitación física y mental, contando además que son beneficiados los hijos de los afiliados menores de 18 años, contando con los mismos derechos.

RECOMENDACIONES

- La Dirección del IESS Milagro debe buscar la forma más adecuada de optimizar las relaciones comunicacionales, por lo tanto se requiere poner en práctica este trabajo de investigación.
- Realizar un estudio sobre los medios comunicacionales de mayor atención pública por parte de los usuarios, para establecer una comunicación más profunda sobre temas y actividades en las que se encuentra inmersa la institución.
- Es importante que se capacite al personal, dictando conferencias científicas actualizadas y asesoramiento para el manejo de los equipos con tecnología de punta, haciendo cursos fuera de la Institución, inherentes a cada especialidad.
- Ejecutar programas, asistiendo a las empresas públicas y privadas a dar charlas de información, con el propósito de tener contacto con la comunidad y reflejar la preocupación de la comunicación organizacional.

BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

GUARACA, Rosa; Gestión, liderazgo y valores en la Escuela “Brasil” de la Provincia del Azuay Cantón Gualaceo durante el año escolar 2010 – 2011, Escuela de Ciencias de la Educación, Universidad Técnica Particular de Loja, 2012.

CRIOLLO, Alejandro; Gestión, Liderazgo y Valores en la Unidad Educativa San Andrés de Quito durante el año lectivo 2011 – 2012, Universidad Técnica Particular de Loja, 2012.

WILCOX Dennis L. Relaciones Públicas, Editorial Jordi, Edición 2009 Español.

BONILLA, Carlos, Alonso, Manuel, Dickind, Ronald: Relaciones públicas, Ed. EDAMEX, año 2008.

LEÓN, Félix: Enciclopedia Comunicación Organizacional, Editorial Copyright .2008

PAULI GUNTER: Manual Comunicacional, Editorial Limerin S.A, 2008

PAULI GUNTER: Lenguaje y Comunicación, Editorial Limerin S.A., 2010

Datos históricos proporcionados por el área administrativa del Hospital del IESS-Milagro.

BERRY, LEONARD. Cuatro Principios del Servicio Excepcional al cliente, Norma, Nueva York, 2009

HAYNES, BOB. Como medir la satisfacción del cliente

EIGLIER PIERRE Y LANGEARD ERIC. El Marketing de los servicios. MCGRAW HILL,

PORTER, MICHAEL. Estrategia competitiva, Editorial Continental, MÉXICO, 2008

CAICEDO C. Luís A. – Derecho Administrativo. 11ª Edición, Caracas, Venezuela.

CASPARRI María Teresa, Plan de Negocios – Editorial Comieron.

Constitución de la República del Ecuador 2008, Registro Oficial N° 449 de 20 de octubre de 2008.

DEZAN & ASOCIADOS, Investigación de Mercados para MEDEC S.A.

GOODSTEIN Leonard D. Planificación Estratégica Aplicada – Mc Graw Hill.

Historia del Seguro Social Ecuatoriano – Jorge Núñez Et., Al., Segunda Edición 1992 Consejo Directivo IESS - Resolución CD.343 de 2010-12-29

KOTLER, Philip, Dirección de Mercadotecnia, 7º edición, editorial Prentice – Hall, México

KOTLER, Philip y ARMASTRONG, Gary. Marketing. Octava Edición.

LASCANO Juan, M.B.A. Taller de tesis MBA12 – Marzo 2010.

MALHOTRA, Narres K. Investigación de mercados, un enfoque aplicado. Cuarta Edición.

MARÍA ISABEL RODRÍGUEZ. Construyendo la Esperanza, Segunda Edición, Octubre 2009.

MINSAL, Lineamientos Operativos para el Desarrollo de Actividades en Ecos Familiares y Ecos Especializados. Edición I 2011.

LINKOGRAFIA

Chasqui, diciembre del 2008, Revista Latinoamericana de Comunicación.
CIESPAL Quito.chasquirevista.wordpress.com/

Conferencia de Relaciones Públicas y comunicación efectiva, desarrollada por el Lic. Carlos Ibañez en el Simposio de Comunicación Social, efectuado en la UNEMI el 20 y 21 de enero de 2011.

Revista Gestión <http://www.revistagestion.com> - <http://www.gestiopolis.com>

Adaptación del Artículo por Michael E. Porter, HARVARD BUSINESS REVIEW, DIC. 2008. www.Portal de Relaciones Públicas.ec

<http://www.rrppnet.com.ar/gestiondelacomunicacion.htm>

<http://ns2.ministeriodesalud.go.cr/index.php/sobre-ministerio-estructura-organizacional-ms>

Ingresar www.iess.gov.ec.- AFILIACIÓN VOLUNTARIA

ERC – Español – Cómo Centrar la Atención en el Servicio al cliente
<http://erc.msh.org/readroom/espanol/custserv.htm>

García Peña Claudia – Estudio expost facto sobre la motivación y la satisfacción laboral www.monografias.com

www.iess.gov.ec.- AFILIACION PATRONAL

ANEXOS



ANEXO 1

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

El objetivo de esta encuesta.- Es conocer cómo mejorar la estructura organizacional del IESS con la finalidad de mejorar la atención y la satisfacción del servicio a los afiliados del IESS.

SEXO

MASCULINO

FEMENINO

EDAD

18-30

30-40

40-50

50-60

1.-USTED SOLICITO LA ATENCION COMO:

EMPLEADOR

AFILIADO

2.- CALIFIQUE LA ATENCION DEL FUNCIONARIO DEL IESS

MALA

REGULAR

BUENA M

BUENA

CELENTE

3.-CALIFIQUE EL CONOCIMIENTO DEL FUNCIONARIO DEL IESS

MALA

REGULAR

BUENA M

BUENA

CELENTE

4.-CALIFIQUE LA AGILIDAD CON LA QUE SE PROCESAN LOS TRAMITES EN EL IESS

MALA

REGULAR

BUENA M

BUENA

CELENTE

5.- COMO CALIFICA LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL IESS

MALA

REGULAR

BUENA M

BUENA

CELENTE

6.- HA VISTO O ESCUCHADO EN LOS MEDIOS SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE EL IESS.

SI

NO

ESPECIFIQUE EL MEDIO

RADIO

PRENSA

TV

PUBLICIDAD

7.- UTILIZA USTED LAS HERRAMIENTAS (INTERNET) QUE LE BRINDA EL PORTAL WED DEL IESS.

SIEMPRE

CASISIEMPRE

AVECES

RARAVEZ

NUNCA

8.- INDIQUE CUALES SON LAS QUEJAS QUE COMÚNMENTE MANIFIESTA POR LA ATENCIÓN BRINDADA.

TIEMPO DE ESPERA

TRATO DEL PERSONAL

NO BRINDAN INFORMACIÓN

NO SE RESPETAN LOS TURNOS

9.- CONSIDERA QUE EL ÁREA DE ESPERA PARA RECIBIR LA ATENCIÓN ES:

SUFICIENTE

INSUFICIENTE

ANEXO 2



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

El objetivo de esta entrevista es conocer cómo mejorar la estructura organizacional del IESS con la finalidad de mejorar la atención y la satisfacción del afiliado.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

1. ¿Comente sobre la atención al cliente del Seguro General en Milagro?
2. ¿En qué situación se encuentra actualmente el Seguro Social en Milagro en lo referente a la atención al usuario?
3. ¿Cuáles son las expectativas a futuro en cuanto a la atención al cliente externo?
4. ¿La distribución de las ventanillas de atención al cliente es adecuada?
- 5.-¿Qué debe hacerse para cambiar el concepto de mala atención en el sector público?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANEXO 4



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

El objetivo de esta entrevista es conocer cómo mejorar la estructura organizacional del IESS con la finalidad de mejorar la atención y la satisfacción del afiliado.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

- 1.- Se siente conforme con el ambiente laboral de su trabajo?
- 2.-Cuál es su aspiración personal en la institución?
- 3.- Se siente capacitado para realizar las labores diarias de su puesto de trabajo?
- 4.- Con qué frecuencia le gustaría asistir a una capacitación?
- 5.- Como describe usted su relación con el afiliado en el momento de la atención en su oficina?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANEXO 5



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

El objetivo de esta encuesta es conocer cómo mejorar la estructura organizacional del IESS con la finalidad de mejorar la atención y la satisfacción del afiliado.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

El objetivo: De esta entrevista es conocer cómo mejorar la estructura organizacional del IESS con la finalidad de mejorar la atención y la satisfacción del afiliado.

ENTREVISTA DIRIGIDA AI GERENTE DE TRUJILLO Y ASOCIADOS

- 1.- ¿Qué es lo que más le gusta de ser gerente?**
- 2.- ¿Qué es lo que menos le gusta de ser gerente?**
- 3.- ¿Ha tenido dilemas éticos en su trabajo? ¿Como los ha manejado?**
- 4.-¿Qué opina usted sobre el servicio que brinda la Agencia Milagro del IESS?**
- 5.-¿Considera usted necesaria la capacitación constante al personal que se encarga de la atención al cliente?**

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANEXO 6

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN.

Milagro, marzo del 2014

Señores

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Agencia Milagro

Ciudad

De mis consideraciones:

Mediante la presente solicito a usted como Jefa del IESS Agencia Milagro, de esta entidad que tan acertadamente dirige, autorice a quien corresponda se me facilite cierta información para realizar un proyecto cuyo tema es **“Rediseño de la estructura organizacional del IESS agencia Milagro con la finalidad de mejorar la atención y satisfacción del afiliado”**, ya que me encuentro en la calidad de egresado de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Estatal de Milagro y necesito elaborar mi proyecto previo a la obtención del título de ingeniería.

Agradeciendo de antemano su favorable atención, me suscribo de usted.

Atentamente,

Sr. Jorge Luis Carbo Vélez
C.I.

ACEPTADO

Ing. Laura Vélez Andrade
Jefa de Agencia IESS Milagro (e)