

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

DIPLOMADO SUPERIOR EN GERENCIA DE GOBIERNOS SECCIONALES Y AUTÓNOMOS

**PROPUESTA PARA MEJORAR LA ATENCIÓN A LOS
USUARIOS DEL GOBIERNO MUNICIPAL DEL
CANTÓN CHUNCHI**

AUTOR:

ABG. MIGUEL ANGEL AGUIRRE AGUIRRE

CUENCA – ECUADOR

2006

PROPUESTA PARA MEJORAR LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS DEL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN CHUNCHI

El procedimiento de atención al público tiene como finalidad establecer parámetros, que permitan a los distintos Centros, Servicios y Unidades que desarrollan esta función conocer que recursos mecanismos y procedimientos pueden emplear para atender las demandas de los clientes y anticiparse a sus expectativas. Entre ellos los más relevantes y a tener en cuenta son: eficacia, eficiencia, encuestas, actuaciones, decisiones, actividades y tareas que encadenan de forma secuencial y ordenada para conseguir un resultado que satisfaga plenamente los requerimientos del cliente al que va dirigido.

Carlos López en su obra el orador cautivo manifiesta que la laboricidad, el sentido común la cultura, la prudencia y las buenas maneras son modestos premios de consolación a la ignorancia de una naturaleza que se empeña en negarnos todo lo que de verdad codiciamos.

Servicio al cliente:

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

Estrategia del servicio al Cliente:

- ✚ El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena.
- ✚ La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
- ✚ La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.
- ✚ La lealtad de los empleados impulsa la productividad.
- ✚ La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
- ✚ El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
- ✚ La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.

La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

Las empresas, dentro de su plan estratégico, posicionan a sus clientes por encima de todo, muchas veces esta sentencia no se cumple.

Es el cliente a quien debemos tener presente antes de nada. A veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas, se puede conseguirlo lo que el desea.

Las personas que tiene contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso hace la diferencia. Puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero que pasa si fallamos en el tiempo de atención, si el sistema de red nos falla todo se va al piso.

Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos

Los empleados propios son " el primer cliente" de una empresa, si no se les satisface a ellos como pretendemos satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.

El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente. La única verdad es que son los clientes quienes, en su mente y su sentir lo califican, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.

Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar. Si se logro alcanzar las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos, " la competencia no da tregua".

Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo
Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro

de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

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

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

Información

TIPO DE INFORMACION	SI/NO
----------------------------	--------------

a) El proceso definido para el pago de los impuestos	
--	--

b) Los pasos a seguir para la realización del pago mediante información simbólica y literal que guíe e informe al contribuyente	
---	--

c) La disposición de espacios específicos para la atención de los contribuyentes

d) Las normas y sanciones para los contribuyentes que evaden el pago de impuestos

e) La existencia de sistemas manuales o informáticos para consulta de liquidaciones y deudas pendientes

$$GDIC = (NCC / NCR) \times 100$$

Donde:

- GDIC: Grado de desarrollo en la información al contribuyente
- NCC: Número de criterios cumplidos según la matriz
- NCR: Número de criterios de referencia

Comunicación y Difusión

GRADO DE DESARROLLO EN LA COMUNICACION AL CONTRIBUYENTE

Nivel	Desarrollo	Nivel en el que se encuentra
1	No existe ninguna política de comunicación hacia los contribuyentes	

2	Existen métodos de comunicación pasiva, tales como paneles en las oficinas de la municipalidad	
3	Además, existe una política de comunicaciones hacia el contribuyente en las épocas de vencimiento de obligaciones	
4	Además, existe una política de comunicaciones permanentes hacia el contribuyente	
5	Además, se comunica a los contribuyentes sobre el uso transparente de los recursos captados	

$$GDCD = (NCC / NCR) \times 100$$

Donde:

- GDIC: Grado de desarrollo en la comunicación y difusión de información
- NCC: Número de criterios cumplidos según la matriz
- NCR: Número de criterios de referencia

Facilitación del Pago

Líneas de Gestión	Pagos	
	Desarrollo	SI/NO
1	El pago se hace únicamente en la oficina	

	central de la municipalidad	
2	El pago se hace en distintas oficinas o sucursales de la administración tributaria municipal	
3	El pago se realiza a través del sistema bancario local	
4	El pago se puede hacer vía Internet	
5	Se emiten estados de cuenta actualizados y al día a los contribuyentes	

COMO MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE

El interés en la administración de cómo debemos dirigir, administrar los recursos económicos, humanos y materiales; dejando inadvertido el servicio al cliente y que cada día nos preocupamos en crecer pero no tomamos importancia de cómo nuestra competencia esta creciendo y que esta incrementando sus carteras de clientes; debido al buen servicio y atención que brinda; para determinar cuáles servicios son los que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer y ver que estrategias y técnicas utilizaremos.

A través del estudio de mercado mejoramos nuestras posibilidades de éxitos.

Debemos promoverla, darla a conocer, llamar la atención de la clientela; esto quiere decir conocer los elementos del que requiere el contribuyente.

Este trabajo es el fruto de una profunda reflexión sobre la conveniencia de aprovechar los conocimientos de la obra enfocándolos ya que vivimos en el proceso de la globalización.

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador como es el caso del Gobierno Municipal de Chunchi con el fin de que el cliente obtenga el producto y el servicio oportuno en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto de los transcurso obtenidos por los mismo.

El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.

1.- Que servicios se ofrecerán

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

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

2.- Qué nivel de servicio se debe ofrecer

Ya se conoce qué servicios requieren los clientes, ahora se tiene que detectar la cantidad y calidad que ellos desean, para hacerlo, se puede recurrir a varios elementos, entre ellos; compras por comparación, encuestas periódicas a consumidores, buzones de sugerencias, número 800 y sistemas de quejas y reclamos.

Los dos últimos bloques son de suma utilidad, ya que maximizan la oportunidad de conocer los niveles de satisfacción y en qué se está fracasando.

3.-Cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios

Se debe decidir sobre el precio y el suministro del servicio. Por ejemplo, cualquier fabricante de PC's tiene tres opciones de precio para el servicio de reparación y mantenimiento de sus equipos, puede ofrecer un servicio gratuito durante un año o determinado período de tiempo, podría vender aparte del equipo como un servicio adicional el mantenimiento o podría no ofrecer ningún servicio de este tipo; respecto al suministro podría tener su propio

personal técnico para mantenimiento y reparaciones y ubicarlo en cada uno de sus puntos de distribución autorizados, podría acordar con sus distribuidores para que estos prestaran el servicio o dejar que firmas externas lo suministren.

Elementos Del Servicio Al Cliente

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Correspondencia
- Reclamos y cumplidos
- Instalaciones

Importancia del servicio al cliente

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal.

Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las Instituciones públicas han optado por poner por escrito la actuación de la empresa.

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

Todas las personas o funcionarios públicos como privados que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que afectan a éste el representante de la Municipio como el jefe de cada departamento que contempla el Municipio.

El contribuyente o consumidor siempre está evaluando la forma como la empresa hace su administración como el desarrollo de la Institución y de paso es la educación de un pueblo y el desarrollo del mismo.

CÓMO TRATAR A LOS OTROS CLIENTES Y CÓMO ESPERARÍA QUE LE TRATARAN A USTED

Acciones:

Las actitudes se reflejan en acciones: el comportamiento de las distintas personas con las cuales el cliente entra en contacto produce un impacto sobre el nivel de satisfacción del cliente incluyendo:

La cortesía general con el que el personal maneja las preguntas, los

problemas, como ofrece o amplia información, provee servicio y la forma como la empresa privada con administración pública trata a los otros clientes.

Los conocimientos del personal de atención al público, es decir: conocimientos del producto en relación a la competencia, y el enfoque de ventas; es decir: están concentrados en identificar y satisfacer las necesidades del consumidor, o simplemente se preocupan por empujarles o presionarles para que paguen y poder así lograr con su objetivo lo que es la recaudación de los recursos por los servicios de impuestos y contribuciones impuestas al contribuyente.

Políticas La Municipalidad da énfasis al administrador y el control que al resultado percibido por el cliente. Esto da lugar a que cada una de los departamentos que conforma la Institución Municipal tengan autoridad total para crear políticas, normas y procedimientos que no siempre tiene en cuenta las verdaderas necesidades del cliente o el impacto que dichas políticas generan en la manera como el percibe el servicio.

Las políticas del servicio muchas veces son incongruentes con la necesidad del cliente dado que los departamentos que conforma el Gobierno Municipal de Chunchi son isla dentro de la Institución y se enfocan más hacia la tarea que al resultado.

Cuando las Autoridades máximas como Alcalde Jefe departamentales de la Institución hacen sus reuniones de planeación estrategia nunca tiene en cuenta las áreas administrativas.

El Cliente Interno o funcionario es Un Cliente Cautivo

Mientras el cliente externo trae satisfacciones y beneficios, el interno trae problemas e dificultades al trabajo. Esto genera un conflicto permanente cuyas consecuencias siempre terminan perjudicando al cliente externo.

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

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

Estrategia Del Servicio Al Cliente

1. El liderazgo de la alta gerencia o administración es la base de la cadena.
2. La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
3. La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.

4. La lealtad de los empleados impulsa la productividad.
5. La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
6. El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
7. La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.
8. La lealtad del cliente impulsa a la Institución como tal.

MANDAMIENTOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Las empresas, dentro de su plan estratégico, posicionan a sus clientes por encima de todo, muchas veces esta sentencia no se cumple.

1.- El cliente por encima de todo

Es el cliente a quien debemos tener presente antes de nada.

2.- No hay nada imposibles cuando se quiere

A veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas, se puede conseguirlo lo que el desea.

3. Cumple todo lo que prometas

Son muchas las empresas que tratan, a parir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes, pero ¿qué pasa cuando el cliente se da cuenta?

4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle mas de lo que espera.

Cuando el cliente se siente satisfecho al recibir mas de los esperado ¿Cómo

lograrlo? Conociendo muy bien a nuestros clientes enfocándonos en sus necesidades y deseos.

5.- Para el cliente tú marcas la diferencia.- Las personas que tiene contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso hace la diferencia.

6.- Fallar en un punto significa fallar en todo

Puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero que pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega accidentada o si en el momento de empacar el par de zapatos nos equivocamos y le damos un número diferente, todo se va al piso.

7.- Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos

Los empleados propios son " el primer cliente" de una empresa, si no se les satisface a ellos como pretendemos satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.

8.- El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente

La única verdad es que son los clientes son quienes, en su mente y su sentir lo califican, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.

9.- Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar

Si se logro alcanzar las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos, " la competencia no da tregua".

10.- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo.- Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

EL CONTROL DE LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

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

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

Elementos

- 1.- Determinación de las necesidades del cliente
- 2.- Tiempos de servicio
- 3.- Encuestas
- 4.- Evaluación de servicio de calidad
- 5.- Análisis de recompensas y motivación

1. Las necesidades del consumidor

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

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

¿Qué buscaran las personas que voy a tratar? Es tratar de determinar las necesidades básicas (información, preguntas material) de la persona con que se ve a tratar.

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

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

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

¿Cómo puedo mejorar? Diseño de políticas y estrategias para mejorar la atención.

2. Análisis de los ciclos de servicio

Consiste en determinar dos elementos fundamentales

1.- Las preferencias temporales de las necesidades de atención de los clientes.

Un ejemplo claro es el turismo, en donde dependiendo de la temporada se hace mas necesario invertir mayores recursos humanos y físicos para atender a las personas.

2.- Determinar las carencias del cliente, bajo parámetros de ciclos de atención

Un ejemplo es cuando se renuevan la adquisición de las bóvedas administradas por el Gobierno Municipal de Chunchi, en donde se puede mantener un control sobre el cliente y sus preferencias.

3.- Encuestas de servicio con los clientes

Este punto es fundamental para un correcto control atención debe partir de información mas especializada, en lo posible personal y en donde el consumidor pueda expresar claramente sus preferencias, duda o quejas de manera directa.

4.- Evaluación del comportamiento de atención

Tiene que ver con la parte de atención personal del cliente

Reglas importantes para las personas que atiende:

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

La motivación del trabajador es un factor fundamental en la atención al cliente.

El animo, la disposición de atención y las competencias, nacen de dos factores fundamentales.

- 1.- Valoración del trabajo: Hay que saber valorar el trabajo personalizado.
- 2.- Motivación : Se deben mantener motivadas a las personas que ejercen la atención del trabajador.

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

Solo dos actitudes:

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

LOS 10 COMPONENTES BÁSICOS DEL BUEN SERVICIO

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

Seguridad.- Es bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.

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

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

Comprensión.- del cliente.- no se trata de sonreírle en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber que desea, cuando lo desea y como lo desea en un caso seria por orientarnos en su

lugar.

Accesibilidad.- Para Dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente en sitio, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia son de establece acciones reales que permitan sácales provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

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

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

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

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

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

Elementos tangibles.- Se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuada y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente

Características Del Servicio

- Intangibilidad
- Variabilidad
- Inseparabilidad
- Imperdurabilidad

Las Habilidades De Comunicación

Componente de la calidad del servicio. Existen ciertas habilidades que debe desarrollar todo el personal de una organización, no solo los empleados del frente, en orden de cumplir las expectativas del cliente, esa destrezas se refieren a la comunicación son:

- Diagnosticar
- Escuchar
- Preguntar
- Sentir
- Diagnosticar

Por ello, para lograr esta sensación del impacto en los clientes, es muy importante cuidar lo que comúnmente se conoce como comportamiento no verbal, porque es la primera impresión que se lleva el cliente.

Este comportamiento no verbal esta compuesto por las característica mencionadas anteriormente, a las cuales se les suma el entorno y lo que los expertos llaman el PARALENGUAJE (signos, tonos y gestos que acompañan el lenguaje). La que se refiere entonces a que las personas, son solo nuestro clientes, sino nosotros mismos en nuestra vida diaria, como clientes y como empresa, determinamos por nuestras primeras apreciaciones, ciertos niveles de calidad m necesidad relacionados con la apariencia.

Escuchar

El Sentido del oído es una de las exclusivas con las que contamos los seres humanos y los animales, oír es un comportamiento deliberado con el cual nacemos casi todos.

Escuchar va mas allá del hecho de oír, oír es una acción refleja, mientras que escuchar es una habilidad, que aunque natural desde ser desarrollada.

Es una manera natural de adquirir información Así podemos entablar relaciones, hacer amigos

Para que quien habla se sienta reconocido Para disfrutar, para relajarnos.

- La percepción
- Las distracciones
- La evaluación

Preguntar

Es la manera más sencilla para recoger la información de quien tenemos en frente, además es una forma de mostrar interés y empatía por nuestro interlocutor.

La expresión de la pregunta se relaciona con el ritmo, que no es mas que la cantidad, frecuencia y secuencia de las palabras y con la actitud, es decir, expresiones de aprobación o reprobación intolerancia o cercanías al efectuar la pregunta demos ser neutrales.

Sentir

Mediante esta habilidad transmitimos empatía y aplanamos el camino a los buenos resultados. Nos referimos a ponernos en el lugar de nuestros clientes a sentir lo que el otro se siente con respecto a una situación o problema particular.

Excelentes Servicios O Excelentes Resultados

El servicio cobra cada día más importancia en una empresa. Desarrollar los mejores métodos para que este sea eficiente, es un factor indispensable para el correcto funcionamiento y el buen resultado de una organización.

En el primero están: el autoconocimiento, la gestión de los propios recursos y hábitos, y el desarrollo de habilidades sociales. Y dentro del ámbito colectivo, se abordan: los programas de mejora del rendimiento que se habla de su dinámica, creatividad y tecnología y la formación y los premios

Una atención ciudadana competitiva

Ante una población cada vez más exigente, en permanente movimiento y expansión, las instituciones del Sector Público tienen el reto de brindar cada vez mejores y más amplios servicios que satisfagan las necesidades de los ciudadanos.

Asimismo, los cambios que se han dado en los últimos años en las condiciones sociales, también exigen realizar las tareas básicas de Atención Ciudadana de una manera impecable, eficiente y al menor costo, requisitos indispensables para fortalecer a las instituciones.

En Sistemas Digitales conocemos a fondo las necesidades de la administración pública para brindar servicios de calidad, y sabemos que para una buena Atención Ciudadana hace falta el mejor sistema:

Comunicación oportuna con la ciudadanía

La solución sería que el Gobierno Municipal de Chunchi cuente con todo incorpora la experiencia de más de treinta años de SAP, a la vez que facilita el manejo de las relaciones entre la Institución y el contribuyente o ciudadanos, mediante una comunicación transparente y oportuna de una manera ágil, al tiempo que mejora el servicio cotidiano, lo cual impacta en el nivel de satisfacción de los ciudadanos sin salirse del presupuesto, un beneficio único.

Otros de los muchos beneficios que esta solución le brinda son:

- Fácil acceso (multicanal): le brinda la oportunidad a la ciudadanía de mantener una comunicación fluida a través de distintos canales de contacto.
- Estandarización y transparencia en los procesos: desde procedimientos y guías hasta ayuda en línea totalmente seguras para la comodidad de los usuarios
- Integración de todas las áreas involucradas: le permite interactuar con todas las dependencias, evitando la recaptura y ahorrando recursos.
- Herramienta de análisis e indicadores de gestión: permite entender las necesidades particulares de cada sector de la población con el fin de maximizar el uso de los recursos públicos.
- Contacto Proactivo con el ciudadano: permite generar actividades de seguimiento tales como llamadas salientes para notificar el estado de un trámite, agradecer o sencillamente tomar en cuenta la voz de la ciudadanía, un beneficio significativo y primordial que requiere su Institución.
- El flujo de información será útil tanto para ciudadanos como para funcionarios, ya que genera una retroalimentación. Se puede tener acceso de puestos, nombres, domicilios, teléfonos, requisitos para

trámites y hasta cuentas privadas de manera que el ciudadano logre agilizar algunos servicios (esto último es de manera privada y restringida)

La transición a la productividad

Sabemos que los organismos del gobierno Municipal de Chunchi están expuestos a constantes cambios tanto sociales como económicos, a través de multicanales en los cuales fluye la información y datos generados, útiles para el buen servicio de su institución, le brinda la flexibilidad que requieren sus procesos para atender a la población, generando una completa satisfacción y lealtad ciudadana.

Esto es importante para usted como funcionario, ya que puede saber el costo de un servicio, los factores que influyen en dichos gastos y qué margen de contribución generan.

La tecnología con la que cuenta El Gobierno Municipal de Chunchi es una estrategia de beneficio mutuo: calidad y rapidez en el otorgamiento de los servicios públicos obteniendo en respuesta lealtad e identidad de parte de los ciudadanos.