



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN,
CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

TEMA:

**“ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y SU
INFLUENCIA EN ATENCIÓN AL CLIENTE DEL GAD MUNICIPAL DEL
CANTÓN OTAVALO, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA, EN EL AÑO 2018”**

Plan de Trabajo de Grado previo a la obtención del Título de
Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en español

AUTOR: GRACE ELIZABETH ULQUIANGO FLORES

DIRECTOR: MSC. SANDRA MARIBEL POZO VILCA

Ibarra - 2018



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172499904-8
APELLIDOS Y NOMBRES:	GRACE ELIZABETH ULQUIANGO FLORES
DIRECCIÓN:	OTAVALO – BARRIO LA JOYA
EMAIL:	Elizagracesita93@gmail.com
TELÉFONO FIJO:	TELÉFONO MÓVIL: 0994718701
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO EN EL AÑO 2018”
AUTOR (ES):	GRACE ELIZABETH ULQUIANGO FLORES
FECHA: DD/MM/AAAA	28/01/2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	TÍTULO DE LICENCIADA EN LA ESPECIALIDAD DE SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. SANDRA MARIBEL POZO

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de enero de 2019

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Grace Ulquiango

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado participar como director de Trabajo de Grado con el siguiente tema **“ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO EN EL AÑO 2018”**. Trabajo realizado por la señorita egresada Grace Elizabeth Ulquiango Flores, previo a la obtención del título de Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en español.

Al ser testigo presencial y corresponsable director del desarrollo del presente trabajo de investigación, afirmo que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.

Atentamente,



Msc. Sandra Maribel Pozo

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

TEMA:

“ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO EN EL AÑO 2018”.

AUTORA: Grace Elizabeth Ulquiango Flores

Trabajo de grado para optar por el Título de Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en español, aprobado en nombre de la Universidad Técnica del Norte, por siguiente el jurado, a los 28 días del mes de enero de 2019.



MSc. Sandra Maribel Pozo.

C.I: 100298563-3



MSc. Pablo Tapia.

C.I: 100179169-6



MSc. Richard Encalada.

C.I: 100258363-9



MSc. Consuelo Andrade

C.I:

AUTORÍA

Yo, GRACE ELIZABETH ULQUIANGO FLORES portadora de la cédula de ciudadanía número 172499904-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría **“ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO EN EL AÑO 2018”**, no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado la referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Ibarra, 28 de enero de 2019.

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi Padre Segundo Juan Ulquiango (+), porque desde niña siempre me estuvo ayudando y fortaleciendo en cada paso que doy, también siempre estuviste apoyándome en mi carrera para mi futuro y ser el pilar fundamental para lograr mi éxito, todo esto de lo debo a ti mi querido padre que donde quieras que este siempre me bendigas y guíes mi camino hay y siempre.

Mi madre María Gladys Flores, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaste en todo. Mami gracias por estar siempre pendiente de mis estudios, y ser mi fuerza para seguir adelante y gracias a ti hoy cumplo con éxito mi carrera.

Mi esposo Luis Alanuca y a mi hijo Snayder Yampiel Alanuca Ulquiango, por quererme y apoyarme siempre, esto también se lo debo a ustedes.

A todas mis hermanas, amigas y familiares que me apoyaron y siempre estuvieron en todo momento.

Todos mis amigos y docentes de la UTN, quienes me apoyaron para lograr este gran éxito en mi vida.

Grace Ulquiango

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la Universidad Técnica del Norte, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro de su establecimiento educativo.
A mi padre Segundo Juan Ulquiango por haber estado siempre ayudándome y apoyándome en todo momento en este camino largo de mi vida.

A mi madre María Gladys Flores por estar siempre a mi lado y ser mi apoyo incondicional para mis estudios y en mi vida diaria.

A mi esposo Luis e hijo Snayder que siempre estuvieron apoyándome en mis estudios y en esta larga carrera que hoy gracias a ellos la termino con éxito.

A mis hermanas Cristina, Verónica y Shirley por ser siempre mi fortaleza y apoyarme para termina mi carrera.

Grace Ulquiango

INDICE

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	¡Error! Marcador no definido.
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	2
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	¡Error! Marcador no definido.
AUTORÍA	4
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
INTRODUCCIÓN	13
1 MARCO TEÓRICO	16
1.1 Fundamentación teórica	16
1.2 Fundamentación Filosófica	17
1.3 Fundamentación legal	17
1.4 Fundamentación Axiológica	18
1.5 La comunicación	19
1.5.1 Definición de la comunicación	20
1.5.2 Importancia de Comunicación	21
1.5.3 Comunicación verbal	21
1.5.4 Comunicación no verbal	22
1.5.5 Comunicación organizacional	23
1.5.6 Comunicación interna	24
1.5.7 Comunicación externa	25
1.5.8 Elementos de la comunicación	27
1.5.9 Comunicación organizacional	27
1.5.10 Comunicación escrita	28
1.5.11 La escucha activa	28
1.5.12 Asertividad	29
1.5.13 Relaciones Humanas	30
1.5.14 Importancia de las relaciones humanas	31
1.5.15 Relaciones Interpersonales	32
1.5 Cliente	32

1.6.1	Atención al cliente	33
1.6.2	Servicio al cliente	33
1.6.3	Tipos de clientes.....	34
1.6.4	Calidad de atención.....	35
1.6.5	Comunicación y atención al cliente.....	35
1.6.6	Gestión de calidad y enfoque al cliente.....	36
1.6.7	Calidad en el servicio	36
1.6.8	Importancia de la calidad del servicio.....	37
1.6.9	Estrategia	38
1.6.10	Manifestaciones del cliente	38
CAPÍTULO II.....		40
2	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	40
2.1.	Tipos de investigación.....	40
2.1.2.	Investigación de campo	40
2.1.3.	Investigación descriptiva	40
2.1.4.	Investigación bibliográfica	40
2.2.	Métodos.....	41
2.2.1.	Método Inductivo	41
2.2.2.	Método Estadístico	41
2.3.	Técnicas e instrumentos de investigación	41
2.3.1.	La encuesta.....	42
2.3.2.	La Observación.....	42
2.4.	Matriz de relación	42
2.5.	Población.....	43
2.6.	Muestra	43
CAPÍTULO III		45
3.	Análisis e Interpretación de Resultados	45
3.1.	RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS AUTORIDADES DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE OTAVALO	45
3.2.	RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS SECRETARIAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE OTAVALO.....	51
3.3.	RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE OTAVALO	57

CAPÍTULO IV	64
4. PROPUESTA	64
4.1. Título de la propuesta	64
4.2. Justificación e importancia	64
4.3 Fundamentación	65
4.4 Objetivo	65
1. IMPORTANCIA DEL MANUAL	70
1.2. Importancia de la Comunicación	70
ESTRATEGIA N°1	71
1.1. El aporte de la Comunicación al Cambio Social	71
ESTRATEGIA N°2	72
1.2. Importancia de la comunicación	72
ESTRATEGIA N° 3	73
1.3. Medios de comunicación	73
ESTRETEGIA N°4	74
1.4. Funciones de los medios de comunicación	74
ESTRATEGIA N° 5	75
1.5. LA COMUNICACIÓN ESCRITA	75
ESTRATEGIA N° 6	76
1.6. Comunicación ascendente	76
ESTRATEGIA N° 7	77
1.7. Comunicación Descendente	77
ESTRATEGIA N°8	78
1.8. Comunicación horizontal	78
UNIDAD II	80
2. ATENCIÓN AL CLIENTE	80
ESTRATEGIA N° 1	81
2.1. Amabilidad	81
2.2. Atención personalizada	82
ESTRATEGIA N° 3	83
2.3. Rapidez en la atención	83
ESTRATEGIA N°4	84
2.4. Ambiente agradable	84
ESTRATEGIA N° 6	86

2.6. Si quieres satisfacer al cliente, brinda más de lo que espera	86
ESTRATEGIA N° 7.....	87
2.7. Para el cliente, siempre marcas la diferencia	87
ESTRATEGIA N° 8.....	88
2.8. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos	88
ESTRATEGIA N° 9.....	89
2.9. El cliente se encarga del juicio sobre la calidad en el servicio	89
ESTRATEGIA N°10.....	90
2.10 Un servicio, por bueno que sea, siempre es susceptible de mejorar	90
UNIDAD III	91
3. RELACIONES HUMANAS	91
3.1. Importancia De Las Relaciones Humanas.....	91
3.2. Definición.....	91
ESTRATEGIA N° 1.....	92
3.1. Relaciones interpersonales	92
ESTRATEGIA N° 2.....	93
3.2. Manejo de conflictos en la institución.....	93
ESTRATEGIA N° 3.....	94
3.3. El trabajo en equipo	94
ESTRATEGIA N 4.....	95
3.4. La comunicación y las relaciones interpersonales	95
ESTRATEGIA N 5.....	96
3.5. Gestión de los recursos humanos.....	96
ESTRATEGIA N 6.....	97
3.6. EVALUACIÓN DEL CLIMA LABORAL	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
RECOMENDACIONES	99
SECCIÓN DE REFERENCIAS.....	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103

RESUMEN

La presente investigación está basada en el siguiente tema: Estudio de las Estrategias de Comunicación y su Influencia en Atención al Cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del cantón Otavalo con el objetivo de determinar las estrategias de comunicación, ya que es un método muy importante y utilizado en la vida diaria todo el personal que labora en esta institución. El personal que labora en esta institución debe mantener una buena comunicación efectiva y asertiva para llegar al éxito, ellos también deben emitir mensajes claros, ser cordiales, amables y demostrar interés al momento de comunicarse con la otra persona. Además, en la institución existen relaciones entre compañeros de trabajo, y se deben tener buenas relaciones interpersonales para lograr un buen resultado en las actividades, para brindar una mejor atención al cliente y las personas que visiten la institución se sientan bien y realicen sus trámites con optimismo y confianza, permitiendo así que el desarrollo de la institución crezca positivamente.

PALABRAS CLAVES: COMUNICACIÓN, ESTRATEGIAS, ATENCION AL CLIENTE, RELACIONES HUMANAS.

ABSTRACT

This research is based on the study of communication strategies and their influence on customer service in the Decentralized Autonomous Government municipal in Otavalo city, to determine the communication strategies used every day. The personnel working in this institution must keep a proper, effective and assertive communication, and to reach success they must give clear messages, though being cordial, friendly and showing empathy. In the institution there are relationships between coworkers and these proper interpersonal relationships scaffolds the achievement of good result in their professional activities. In conclusion it is necessary to provide an improved customer service and performing these processes quickly with good attention and trust in the secretaries, to allow a proper and positive development of the institution.

KEY WORDS: COMMUNICATION, STRATEGIES, CUSTOMER SERVICE AND HUMAN RELATIONS.

Victor Rodriguez
[Signature]



INTRODUCCIÓN

La presente investigación sobre las estrategias de comunicación y su influencia en atención, al cliente al relacionarse con sus compañeros de labores y clientes; este instrumento de trabajo que va dirigido al personal administrativo del GAD Municipal de Otavalo, será de mucha utilidad para obtener una conducta adecuada; porque desarrollará aquellas actitudes dictadas por las buenas relaciones humanas y aceptadas por la sociedad. El cambio de proceder de las personas, comprende un proceso que va más allá de la elaboración de un documento que exponga ciertas actitudes. Es en realidad la adquisición de una cultura que engloba la totalidad de las acciones y actuaciones de las personas. De esta manera mi objetivo principal es, mejorar las actitudes interpersonales de las secretarías y funcionarios para tener un ambiente laboral apropiado.

En los antecedentes se establece una breve descripción de las estrategias comunicación en el ámbito laboral y la importancia de tener una buena atención con el cliente; pero, sobre todo, poseer capacidades actitudinales para relacionarse con los demás. El planteamiento del problema se refiere al análisis de las causas y efectos que ayudan a conocer la situación actual del problema. También se presenta la delimitación en la cual se establece a quienes se va a investigar; en este caso, por el número extenso de habitantes se sacó el tamaño de la muestra, se aplicó la encuesta a la población externa como personas que asisten al municipio y población interna como a funcionarios y secretarías, que representan al personal que labora en el GAD Municipal del Cantón Otavalo.

Con el objetivo determinado para, las actividades que guiaron el desarrollo de la investigación que determina los aportes y soluciones que se va a dar al problema, fundamentando teóricamente que es la explicación y la base que sustenta el tema que se

investigó y la propuesta desarrollada; a la vez, se realiza el estudio del problema y también se emite juicios de valor. Posicionamiento teórico personal y posteriormente se contextualiza a las palabras importantes.

La metodología que se utilizó para el desarrollo del trabajo de investigación, está basada en los tipos de investigación, métodos, técnicas e instrumentos; ya que estos nos permiten recolectar información para cumplir los objetivos planteados.

El análisis y discusión e interpretación de los resultados de las encuestas, para conocer más a fondo la situación del problema; ya que, este capítulo determina los problemas que tienen las secretarias respecto la comunicación y atención al cliente, en general, en el momento de relacionarse con los demás.

Después de culminar con la investigación y detallar los resultados de los instrumentos aplicado se establece conclusiones y recomendaciones, basados en los objetivos específicos y posibles soluciones de los problemas encontrados para las secretarias, clientes internos y externos una alternativa en la utilización de la propuesta.

En vista de las diferentes falencias encontradas en el GAD municipal de Otavalo se plantea la siguiente propuesta alternativa que se refiere a la implementación de un manual de estrategias de comunicación y atención al cliente, misma que ayudará a desarrollar actitudes positivas; para que la convivencia laboral se torne más agradable.

CAPÍTULO I

1 MARCO TEÓRICO

1.1 Fundamentación teórica

(Buenaño, 2014, pág. 23), En su obra de comunicación dice “El conjunto de estrategias comunicacionales internas y externas enfocadas en el relacionamiento entre los actores y la institución, reconociendo sus contextos, tramas y escenarios para la construcción de objetivos conjuntos, aunando todos los esfuerzos para su consecución y vínculo con su entorno”.

Son estrategias fundamentales para transmitir información precisa que requiere una institución o empresa, la cual se realiza con un proceso que ayuda al personal tanto interno como externo, utilizando tácticas para mejorar el ambiente laboral y el trabajo en equipo, existiendo la retroalimentación para entregar la información de los documentos en hora y tiempo preciso.

El plan de comunicación de estrategias, se basa en una planificación de cómo llevar a cabo una información dentro de una institución. De tal modo que sea asertiva y permita interactuar entre los miembros de cada uno de los departamentos para identificar los problemas que existen dentro del establecimiento y ayudarlos a dar solución.

Estas estrategias de comunicación permiten a los empleados orientarse en su desempeño laboral hacia una buena relación logrando comunicarse de una forma clara ante la adversidad.

Es importante conocer sobre la comunicación estratégica, ya que, ayuda a obtener mejores conocimientos sobre la relación interpersonal que se lleva a cabo en los distintos departamentos del GAD municipal.

1.2 Fundamentación Filosófica

Para (Raúl, 2010, págs. 51-52), En su teoría de la comunicación afirma que: “La filosofía moderna, se separa de la tradición griega y escolástica en la que interesan las esencias y se plantean el existir de tales esenciales en el ser concreto humano. El lenguaje será cada vez menos metafísicos y más representativo. Y esta filosofía es la mejor base para entender la comunicación como intercambio de impresiones y puntos de vista. En la comunicación importan, más que otras cosas en sí, la forma de considerarlas; más la percusión que la argumentación metafísica”.

La comunicación va de la mano con el lenguaje y la manera con la que el líder del grupo se expresa y llega con el mensaje hacia sus compañeros de grupo esto dependerá de cómo los demás entiendan y actúen frente al mensaje dado. De acuerdo a esto se llegará al objetivo, pero, si la comunicación estratégica no es entendible y su lenguaje es exaltado y cerrado, no se obtendrá la participación grupal de todos sus integrantes.

Para lo cual es primordial implementar las estrategias de comunicación existentes dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, siguiendo las directrices y el análisis de la situación del problema existente, sus pros y sus contras, persiguiendo la visión estratégica a dónde quiere llegar, entendiendo sus objetivos y metas planteadas y la ejecución de los análisis de los resultados. Tomando en cuenta los puntos de vista de cada persona y de los departamentos, por tal razón el aprendizaje que adquiere cada individuo al momento de comunicarse debe ser oportuno y preciso para que exista una información directa y puedan llegar al entendimiento con un correcto mensaje.

1.3 Fundamentación legal

Dentro de la constitución de la República (Ecuador, 2008, pág. 121), De acuerdo con la Ley Orgánica de servicio público, LOSEP en su Capítulo I del Servicio Público, Artículo 1 y 2 menciona que sus principios y objetivos están basados en la calidad, calidez, competitividad, continuidad, descentralizado, eficacia, eficiencia, equidad, igualdad, jerarquía, oportunidad, participación, racionalidad, responsabilidad, solidaridad, transparencia, unicidad y universidad

que promuevan la interculturalidad, igualdad y no discriminación; así, proponer al desarrollo profesional, técnico y profesional de las y los servidores del Estado y las instituciones, mediante la conformación, el funcionamiento y desarrollo de un sistema de gestión de talento humano sustentado en la igualdad de derecho, oportunidades y la no discriminación.

Es así que, desde la normativa legal del servicio público municipal basados en los objetivos que ayudan a cumplir con las ordenanzas con calidez y calidad al momento de realizar un trámite o brindar información al cliente que visita al GAD municipal para un mejor funcionamiento e imagen institucional.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados priorizan las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar la calidad del buen servicio cumpliendo con su visión de ser un gobierno incluyente para así lograr un desarrollo administrativo, económico, turístico y cultural que a su vez la ciudadanía conozca sobre sus deberes y derechos hacia la institución.

1.4 Fundamentación Axiológica

(Herrera, 2011, pág. 8), En su teoría de responsabilidad afirma que. “Los valores son cualidades que nos permiten humanizar el mundo. Los valores como la solidaridad o la honestidad, valen realmente porque nos permiten acondicionar el mundo para que podamos vivir en él, plenamente como personas. Los valores valen porque ponen en condiciones el mundo para para que lo habiten seres humanos”.

Los valores humanos son dispensables para el manejo correcto del personal porque ayuda a relacionarse con los compañeros de trabajo facilitando la comprensión y el alcance de las metas propuestas dentro del GAD municipal. De tal manera los empleados, administrativos, y público en general se sentirán en un ambiente agradable donde prime el respeto y la escucha a los requerimientos que cada departamento.

1.5 La comunicación

(Galan, 2011, pág. 72), “Afirma si toda relación humana se basa en la comunicación, es evidente que cuando ésta se deteriora desaparece tal relación o, cuando es menos resulta insatisfactoria, el hombre comunicativo recibe de otros hombres ideas y sentimientos que le ayuden a mejorar a su tarea, dispone de elementos de contraste para sus opiniones y lograr un grado de satisfacción elevado en el desarrollo de su trabajo”.

La comunicación es un proceso interactivo con el cual el hombre transmite ideas hacia el resto de personas, por lo cual debe ser clara y precisa y ayudará a entender y conocer sus necesidades, para que la comunicación sea satisfactoria y se pueda llegar al entendimiento que se persigue en el momento dicho. Por tal razón es indispensable decir, su opinión para que los demás empleados puedan conocer lo que necesita e interpretar bien su mensaje.

(Ongallo, 2007, pág. 9) La capacidad del ser humano para comunicarse con sus semejantes a un nivel superior es una de las diferencias radicales con el resto de las especies, si bien la diversidad de teorías sobre comunicación refleja la dificultad para establecer una definición unitaria del concepto. Cada una de estas teorías estudia los procesos de la comunicación desde diferentes puntos de vista, arropada por una serie escogida de conceptos afines que le dan unidad en el conjunto.

La comunicación entonces es el intercambio de mensajes de ideas entre dos o más personas, es el medio por el cual las personas se relacionan diariamente con sus semejantes, de esta manera se pueden expresar, con sus diferentes gustos, preferencias, sentimientos, pensamientos y demás que caracterizan a las personas como seres razonables.

(Fernandez, 2017, págs. 16,17), Es expresar lo que pensamos, deseamos, sentimos; “la comunicación es el medio principal con el que los seres humanos son

La comunicación nos permite dar a conocer información, transmitir ideas y experiencias. Además, podemos relacionarnos afectivamente con otras personas por medio del diálogo. También podemos generar críticas, mismas que deben ser valoradas o analizadas por los demás, una vez que ya se encuentren valoradas debemos asimilarlas y cambiar nuestra actitud ante lo sucedido.

1.5.2 Importancia de Comunicación

Para conocer la importancia de comunicación: Se puede definir como un proceso mediante el cual transmitimos y recibimos datos, ideas, opiniones y actitudes según.

(Martinez, 2017, pág. 2), Se puede mencionar que una buena comunicación se trata, que tanto la información como la comunicación deben ser claras, entendibles, comprensibles para quien va destinada, siguiendo el mismo código o lenguaje.

La comunicación es un medio en el que se puede intercambiar ideas, pensamientos, experiencias a través de gestos, miradas o simplemente de forma verbal con la utilización de los medios de comunicación. Además, permite que dos personas hablen frente a frente sin ayuda de ninguna herramienta complementaria.

1.5.3 Comunicación verbal

(Sanchez, 2013, pág. 5), “La comunicación verbal u oral permite transmitir mediante la lengua, todo tipo de información, pensamientos, sentimientos, etc., y además permite la obtención de una respuesta por parte del receptor”.

Es aquella que se emplea de forma oral emitiendo palabras, mensajes, ideas con dos o más personas, la comunicación verbal se aplica en el diario vivir, pues de esta manera podemos expresarnos e intercambiar ideas claras y precisas con el resto de los individuos.

Esta comunicación es muy importante, en vista de que, a través del tiempo el ser humano ha ido desarrollando y descubriendo como a través de la misma se puede lograr compartir sentimientos, cambiando el estado de ánimo de una persona en segundos, por ejemplo, si una persona está atravesando un momento difícil de su vida como la pérdida de un familiar o una enfermedad grave, con el simple hecho de compartir esa experiencia negativa a otra persona, le causará preocupación y angustia, y así mismo si ha conseguido el éxito y lo comparte con alguien más, pues estará compartiendo también su felicidad, su euforia, y su positivismo, pues la comunicación verbal va más allá de expresar palabras, frases u oraciones sino también expresa sentimientos, emociones, comparte el estado de ánimo al otro a través de sus ideas y pensamientos.

1.5.4 Comunicación no verbal

Según (Alcantara, 2012, pág. 12), Manifiesta lo siguiente:

Cuando hablamos de la comunicación no verbal, nos referimos a todos aquellos mensajes que enviamos sin hacer uso de la palabra. Hablamos de gestos, expresiones, movimientos corporales, contacto visual... toda una serie de señales que tienen mucha importancia en la relación entre las personas. Por lo tanto, estudiar el tema de la comunicación no verbal, significa saber interpretar todo aquello que no dicen las palabras.

En la comunicación no verbal encontramos el lenguaje corporal, el que mismo no necesita del uso de la voz, sino más bien los gestos, movimientos, del cuerpo, pues a través de estos podemos expresar varios sentimientos como en los gestos faciales, podemos denotar cuando una persona está feliz, preocupada, triste, enojada, entre otros. Además, es muy importante saber entender y diferenciar el lenguaje no verbal para reconocer como una persona se siente, sin necesidad de exponer con palabras su situación y de esta manera ayudar en lo que sea necesario según la situación en la que se presente.

1.5.5 Comunicación organizacional

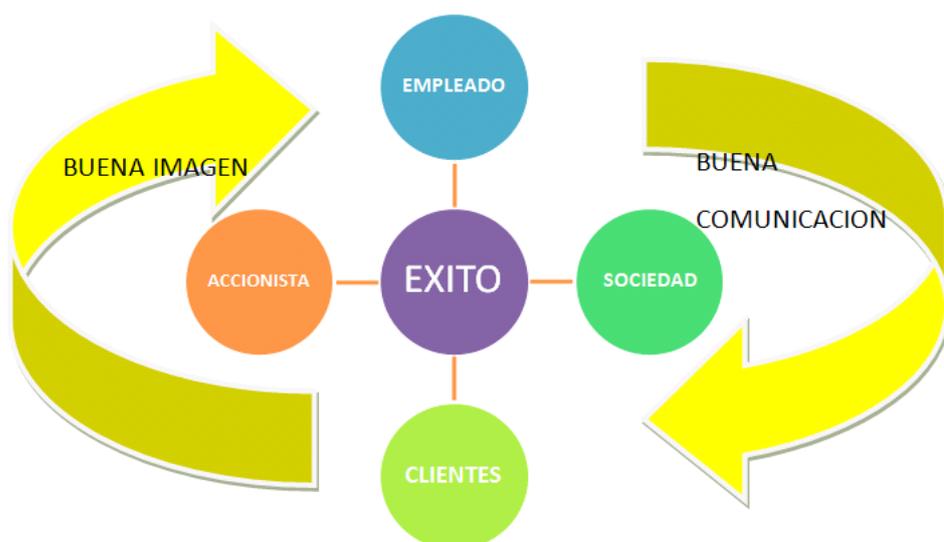
“Es aquella que establece las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas”

Según, (Castro D. , 2015, pág. 15), Manifiesta lo siguiente: Es decir la comunicación utilizada por la organización entre más productiva, mejor serán las relaciones entre empleadores y trabajadores, será fluida y entendible. El objetivo de la comunicación organizacional es que todos los miembros de una empresa o institución puedan entender y generar un buen ambiente de trabajo con el fin de lograr un bien común (la visión) que persigue la organización.

El objetivo de la comunicación organizacional es que todos los miembros de una empresa o institución puedan entender y generar un buen ambiente de trabajo con el fin de lograr un bien común (la visión) que persigue la organización.

Barreras de la comunicación organizacional.

Según (Fernandez & Fernandez, 2017), menciona lo siguiente: “Son dificultades que se presentan y no permiten que la comunicación cumpla su función positivamente, por diferentes situaciones o proceso de comunicación empresarial, se pueden dar las siguientes barreras.”



Fuente: Comunicación Organizacional
Elaborado por: Grace Ulquiango

- Barreras de la Comunicación

Ambientales	<ul style="list-style-type: none">•Muebles incómodos, muchas interrupciones, ruido Insoportable que molesta para ejercer el trabajo.
Terminológicas	<ul style="list-style-type: none">•Utilizar un lenguaje técnico al comunicarse, no Permite comprender el mensaje.
Administrativas	<ul style="list-style-type: none">•La comunicación confusa y no delimitación de Responsabilidades por parte de los administrativos a los subordinados, ocasionará conflictos.
Interpersonales	<ul style="list-style-type: none">•No saber escuchar genera conflictos entre compañeros, además los mensajes erróneos y sin argumento causan malos entendidos.

Fuente: Comunicación Organizacional
Elaborado por: Grace Ulquiango

Las barreras de comunicación que se presentan en las organizaciones, pueden afectar negativamente con la identidad, imagen corporativa, inclusive llevarla al fracaso, por eso es fundamental gestionar correctamente la comunicación y sacarle provecho.

1.5.6 Comunicación interna

(Andrade, 2010), En su obra Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica dice:

La comunicación organizacional interna es un eje fundamental de las empresas y tiene como principal objetivo contribuir al logro de los resultados organizacionales, fortalece la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante,

suficiente y oportuna, reforzando su integración, y generando en ellos una imagen favorable de la organización y de sus productos y servicios. Además, hay que resaltar que la comunicación.



Fuente: Comunicación Interna
Elaborado por: Grace Ulquiango

Organizacional interna cuenta con algunos objetivos, funciones y flujos, así como también se clasifican en algunos tipos y se clasifican en algunos tipos y cuenta con una serie de elementos que la conforman.

La comunicación interna es una parte fundamental dentro de la institución porque nos ayuda a tener una mejor interacción entre compañeros y las diferentes áreas y departamentos por lo cual se trabaja en diferentes técnicas y estrategias que proyecten un buen clima laboral entre empleados.

1.5.7 Comunicación externa

Según (Collado, 2005, pág. 32), define la comunicación externa como “El conjunto de mensaje emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ello, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios”.

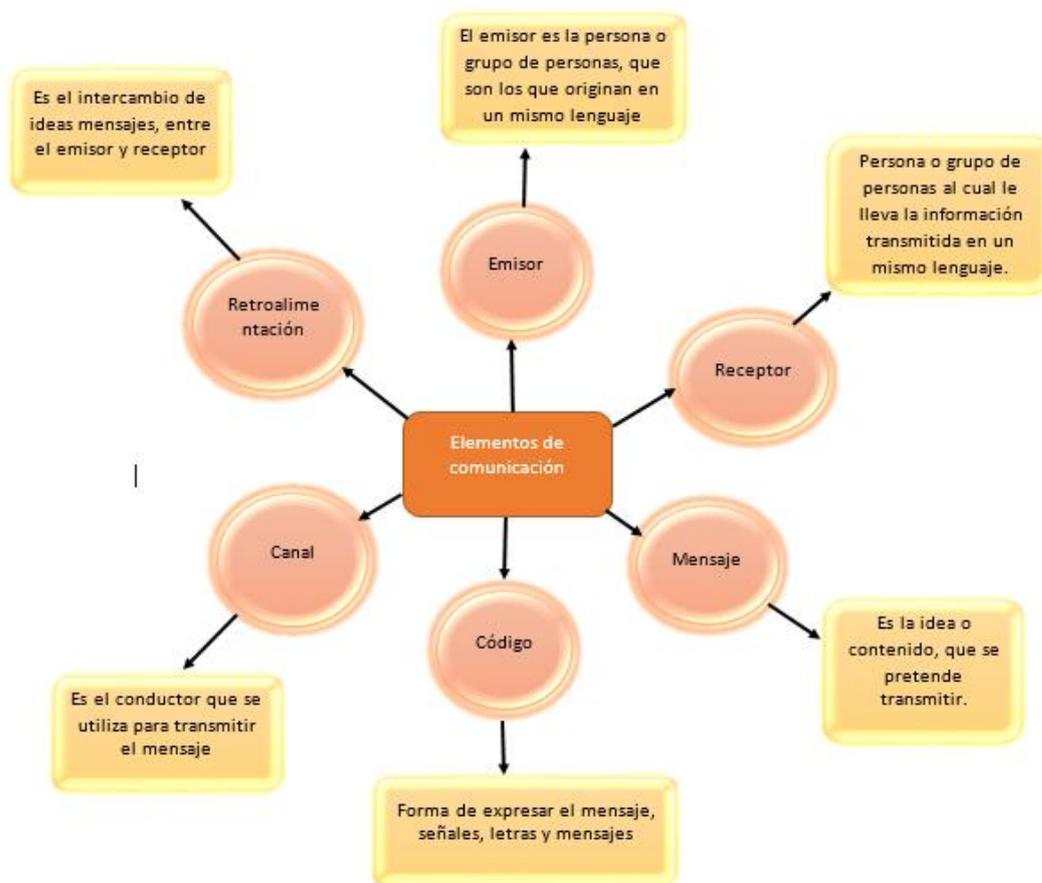


Fuente: Comunicación Externa
 Elaborado por: Grace Ulquiango

La comunicación externa se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una institución, es decir, directamente o a través de los periodistas que nos ayudan con la información.

Para avanzar en el mundo empresarial, la comunicación interna es una herramienta que no debe faltar, porque así la empresa puede avalar su funcionamiento en una buena comunicación entre la empresa y quienes laboran para ella, la organización no tendrá inconvenientes y saldrá adelante dejando la imagen corporativa pulcra, eso depende del trato que se brinda a los funcionarios y la relación que se tienen entre los empleadores y empleados.

1.5.8 Elementos de la comunicación



Fuente: Elementos de la comunicación
Elaborado por: Grace Ulquiango

1.5.9 Comunicación organizacional

(Andrade, 2010, pág. 120), en su obra de Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica menciona, “El nacimiento y consolidación de la Comunicación Organizacional durante las últimas tres décadas, como un campo de estudio y un área funcional de la empresa, es la mejor prueba de que la comunicación es de enorme importancia para las organizaciones”.

La comunicación es importante porque ayuda a tener un enfoque sobre como tener una buena información sobre las personas en el área que se encuentran y cómo manejarse

como institución y brindar la ayuda a los usuarios que ingresan cada día al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Otavalo.

1.5.10 Comunicación escrita

La comunicación es una parte fundamental dentro de las empresas por lo que tiene técnicas y estrategias, que proyectan un buen clima laboral entre empleos:

(Castro A. , 2014, pág. 13), Afirma que, “La comunicación escrita es la que permite dejar constancia de ciertos hechos; así mismo, es útil para establecer y normalizar las políticas de la empresa, evita equívocos o sobreentendidos (muy normales en la comunicación oral informal)”.

Como bien lo dice toda comunicación debe ser precisa para evitar malos entendidos, sin embargo, a más de estos lineamientos se debe informar a las personas de forma clara, que tomen decisiones pronto antes que se generen inconvenientes o dificultades en el municipio, tomando un ejemplo el respaldo de la comunicación por e-mail que queda registrado por la persona que emite, y la persona que recibe. Tema es importante definir la importancia en el manejo de las comunicaciones entre funcionarios departamentos

1.5.11 La escucha activa

(Aroca, 2016, pág. 253). Afirman lo siguiente, “Se refiere a la habilidad de escuchar no solo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, las ideas o los pensamientos que subraya a lo que está diciendo, la escucha activa será mucho más eficiente si se establece cierta empatía, es decir, si sabemos ponernos en el lugar de la otra persona”.

La comunicación es lo más importante para alcanzar el desarrollo laboral dentro de la institución, por eso es fundamental una cultura organizativa que fomente una comunicación activa, para integración de equipos de trabajo dentro de cada departamento o área de trabajo.

El saber escuchar adecuadamente a las personas significa, que hay una atención correcta por parte de la otra persona, el cual el mensaje llegará de forma clara para ser entendido, es por eso que debemos escuchar bien o volver a preguntar en caso de que no se entendió o no se escuchó claramente para poder tener un buen mensaje y poder compartirlo con los compañeros de trabajo. Es importante dar un mensaje correcto y sea bien interpretado para que a futuro no genere inconvenientes que posteriormente puedan afectar la comunicación de los empleados.

1.5.12 Asertividad

Un líder tiene que ser una persona que impulse y tenga autoestima y confianza de sí mismo, esto le ayuda a ser una persona asertiva, capaz de escuchar a los demás y respetar sus opiniones. De manera que los empleados se sientan seguros a la hora de plantear soluciones o problemas dentro del departamento. Por tal motivo es importante que guíen a su equipo de una manera satisfactoria.

(Ruiz, 2013, pág. 9). En su obra de Comunicar bien para ser feliz afirma lo siguiente:

“El asertividad es la capacidad de expresar de modo correcto las ideas y opiniones es saber decir sin herir... Para ser asertivo son necesarias la autoestima y la autoconfianza. Los enemigos del asertividad son la timidez, que con lleva una conducta pasiva, y la soberbia, que genera una respuesta agresiva. La persona asertiva, como principio de comunicación, se respeta sí mismo, a partir de su autoestima se conduce de manera positiva en el respeto a las opiniones de los demás”.

Trabajo hacia los objetivos propuestos y puedan alcanzarlos mediante la organización, planificación, control, trabajo en equipo y con un buen ambiente laboral para que sus empleados se sientan parte de la institución.

1.5.13 Relaciones Humanas

(Aristizábal, 2011). En su obra *Relaciones Humanas* manifiesta lo siguiente: Se puede conseguir buenas relaciones interpersonales a través de dos aspectos; El primero tiene que ver con la calidad humana de quien establece o define el trato con alguien. Es innegable que lo que decimos y hacemos dependa de lo que somos. Las personas buenas siempre producen el bien. El segundo se refiere a aspectos concretos de comunicación que hay que tener en cuenta para tener éxito con los otros.

Es la forma de hacer agradable la convivencia entre las personas, con el propósito de lograr una sociedad más justa y más humana, se puede decir que es el arte de tener una buena relación con los demás, mantener la paz con el prójimo y evitar toda clase de conflictos que puedan surgir en el trato diario. Es decir que las relaciones humanas crean un ambiente de unión y cordialidad dentro de sus integrantes, respetando su personalidad y logrando la satisfacción de sus integrantes.

Se puede decir que las relaciones humanas son aquellas que se dan en un ámbito común donde existe comprensión e interés por un fin, habiendo discrepancias entre las personas, estas permiten establecer y conservar entre los humanos relaciones amables, confiables, leales establecidos con ciertos lineamientos debidamente aceptados por la sociedad reconociendo el respeto a cada individuo en su forma de participar, actuar y discernir cualquier circunstancia dentro de la diversidad de personalidades.



Fuente: Relaciones Humanas
Elaborado por: Grace Ulquiango

1.5.14 Importancia de las relaciones humanas

Según (Martínez, 2011, pág. 52). En su obra Relaciones humanas menciona que:

“ Las relaciones humanas tienen mucho que ver en el éxito de las numerosas situaciones que se buscan emprender en la vida individual y social, además por la necesidad que tenemos de estar constantemente en contacto unos con otros, es necesario a que tomemos en cuenta lo importante que son las relaciones humanas, puesto que si practicamos la amistad, la solidaridad, el verdadero compañerismo y trabajo en equipo; lograremos que las discusiones, malos entendidos, egoísmo y otras malas costumbres disminuyan o que mejor desaparezcan”.

Las relaciones humanas tienen mucha importancia dentro del diario vivir, ya que el ser humano es un ser social por naturaleza y necesita vincularse con los demás y así alcanzar éxitos en todos los campos de la sociedad. Las relaciones humanas son una necesidad vital para comunicarnos con las personas, cultivando varios principios éticos y morales que son indispensables para la convivencia y que ayudarán a mejorar vínculos personales.

1.5.15 Relaciones Interpersonales

(Gutiérrez, 2007, pág. 121). Dice que: “La comunicación interpersonal es no solamente una de las dimensiones de la vida humana, sino la dimensión a través de la cual nos realizamos como seres humanos”.

Las relaciones interpersonales son muy relevantes en la vida del ser humano ya que por medio de ellas nos convertimos en seres netamente sociales y estamos enmarcados dentro de la inteligencia múltiple.

La inteligencia muchas veces se define desde varias perspectivas como son; fenómeno de carácter complejo, que varía dependiendo el enfoque disciplinario en el que se utilice. Por ello las definiciones de inteligencia organizan varios grupos, a saber: la psicológicas, biológicas y las operativas tomando en cuenta lo particular de cada una de estas disciplinas.

1.5 Cliente

(Brown, 2004, pág. 11). En su obra Atención al cliente menciona que dice:

“La atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización, se trata de la filosofía y la cultura de la empresa. Una vez que se han identificado estos factores, si alguno de los integrantes de la organización es capaz de articularlos dándoles una forma sencilla se estará construyendo algo verdadero”.

Firmeza y seguridad son las cualidades que no pueden estar ausentes, sobre todo, al momento de resolver situaciones extremas. El buen humor, por parte, contribuye a disolver el estrés propio y el de su jefe, así como a la atención y al mantenimiento de un clima laboral ameno donde los conflictos pueden ser neutralizados, resulta fundamental desarrollar habilidades no solo actitudinales sino también profesionales.

1.6.1 Atención al cliente

Según (Torres, 2010, pág. 6). Expresa, “La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe. El servicio es aquello que brinda con el objetivo de satisfacer la necesidad de una persona o grupo de persona”.

Atención al cliente, es la forma en que la institución por medio de sus colaboradores, presta personalizada mente su atención y servicio, procurando satisfacer al cliente, de forma justa, esmerada, proyectando una buena imagen a la institución en búsqueda de una ventaja competitiva que permita situarse eficiente y eficazmente en la mente del cliente y provocar su fidelización en la institución.



Fuente: Atención al cliente
Elaborado por: Grace Ulquiango

1.6.2 Servicio al cliente

(Morale, 2006, pág. 80). En su obra Comunicación herramienta estratégica de gestión empresarial menciona que:

“El servicio al cliente es un modelo de atención al cliente interno y al cliente externo a través del cual se mide y analizan el éxito empresarial de una decisión o de una política comercial y permite concertarse en un enfoque integrar en donde las ideas, las claves, estrategias, análisis y los mensajes sean los canales, así como el manejo de los tiempos. En otras palabras, no sólo se trata de hacer bien las cosas, sino de ser capaces de transmitírselos a cada uno de nuestros políticos; esto mediante un servicio cálido, amable, oportuno, en el que los clientes se sientan

escuchados y valorados, que exige de la institución un esfuerzo en el establecimiento de proceso claro y mecanismo de comunicación entre todas las áreas”.

El cliente es una persona que tiene necesidades y preocupaciones, tomando en cuenta que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar por ser una persona que adquiere de los recursos o necesidades en este caso del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo y se debe brindar una buena calidad del servicio.

1.6.3 Tipos de clientes

(Desatnick, 2003, págs. 164-165). Indica en el libro de atención al cliente de Kelo Toso, de colección business dice que “Existe diferentes tipos de cliente, pero con la misma necesidad de ser bien atendidos, y que es importante el comportamiento que se dé por parte de la secretaria lo cual debe siempre mostrarse activa, comedida, y dispuesta a servir al visitante en sus pedidos que se encuentren realizando dentro de la empresa”.



- **El cliente interno:** Es aquel que pertenece a la organización y no por estar en ella deja de requerir de la prestación del servicio por parte de los demás empleados.
- **El cliente externo:** Es aquella persona que no pertenece a la empresa, sin embargo, es a quién está dirigida la atención, ofreciendo un producto o servicio.

Como se puede observar al tener dos tipos de clientes se debe estar consciente de que tenemos que satisfacer las necesidades que cada uno posea sin descuidar al uno del otro.

1.6.4 Calidad de atención

(Pérez, 2006, pág. 28), en su trabajo titulado calidad total en atención al cliente comenta que:

“La define quien obtiene el servicio y no quien lo entrega. La calidad de atención al cliente es, hoy en día, la principal diferencia entre empresas e instituciones. En el momento del servicio, muchas veces es muy importante la calidad en la atención, que el ambiente, la prestación física de las personas u otros factores”.

El criterio antes mencionado lleva a definir la calidad de servicio para la imagen del GAD Municipal como la perfección con la que debe servirse a los clientes entregando la mayor eficiencia y eficacia en cada requerimiento, de aquello depende el buen funcionamiento del GAD Municipal y la rentabilidad que esta pueda alcanzar.

1.6.5 Comunicación y atención al cliente

Según (Craven, 2011, pág. 35), en su obra el cliente es el Rey, habla acerca de:

“La comunicación tiene la función principal de crear y mantener relaciones; sus competencias básicas son el conocimiento de la materia, el entusiasmo y la empatía. La primicia básica de comunicación interpersonal es que la forma condiciona el contenido de lo que se trasmite. Desarrollar habilidades de comunicación posibilita la creación del valor añadido en las relaciones humanas, ya sean los proveedores, los clientes, los empleados, entre otros; son las relaciones humanas las que aseguran la supervivencia y proporcionan el crecimiento de las empresas”.

Un buen servicio al cliente depende directamente de una comunicación, organización, en la que todos actúen de manera sistemática, conociendo sus objetivos y

aplicándolos en la atención que presta en cada uno de ellos, para construir relaciones sólidas, competir conociendo los elementos diferenciadores de la institución, que la hace competir, más allá del precio y de los atributos comunes. Esto solo lo logra con un trabajo encaminado al mejoramiento continuo en el que el talento humano es de vital importancia y el compromiso de los directivos juega un papel estratégico.

1.6.6 Gestión de calidad y enfoque al cliente

(Lindsay, 2003, pág. s/n). Afirma que: “la norma ISO 9001 – 2008, establece que las organizaciones deben disponer de procesos relacionados con el cliente para lo cual se debe determinar”.

- Los requisitos específicos del cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y los posteriores a la misma.
- Los requisitos no establecidos por el cliente, pero necesarios para el uso específico o para el uso previsto cuando sea conocido.
- Los requisitos legales y reglamentarios aplicables al producto o servicio y;
- Cualquier requisito que la organización considere necesario.

La norma ISO 9001- 2008 incluye acciones que tiene que cumplir las organizaciones relacionadas a los procesos con el cliente, por lo que la dirección tiene que planificarlos para asegurar su aplicación en las operaciones esenciales, como parte fundamental de la gestión de calidad y proponer una mejora continua para aumentar la satisfacción del cliente cumpliendo sus requisitos y necesidades.

1.6.7 Calidad en el servicio

Para (Serna, 2012, pág. 23), expresa que: “Son los requisitos relacionados con el servicio que brinda una institución, proporciona una declaración documentada

confirmando las necesidades, expectativas que corresponde a un servicio y que el cliente tiene satisfacción de recibir”.

Para que un servicio sea de calidad se debe considerar la información sobre el servicio, la planificación, el desarrollo que se va a llevar a cabo y tener una buena atención de calidad sobre la petición.

Habilidad de comunicación es muy importante porque es la manera más directa y sencilla para recoger la información de quien tenemos en frente, además, es una forma de mostrar interés y empatía por nuestro usuario.

La forma en que preguntamos tiene que ver con el vocabulario utilizado, la estructura, es decir, si lanzamos preguntas abiertas o con múltiples alternativas, si son directas o no, etc. Se debe tratar de ofrecer diferentes alternativas, cuando sea posible, al cliente, además el vocabulario siempre ha de ser respetuoso y amable. La expresión de la pregunta se relaciona con el ritmo, que no es más que la cantidad, frecuencia y secuencia de las palabras y con la actitud, es decir, expresiones de aprobación o reprobación, intolerancia o cercanía, al efectuar la pregunta debemos ser neutrales.

1.6.8 Importancia de la calidad del servicio

De acuerdo con (Duarte, 2011, pág. 34), considera que “la importancia del servicio dentro de la organización es un factor importante ya que el personal establece los requerimientos del cliente al momento de adquirir el producto, es decir el cliente se siente satisfecho con el bien o servicio que ha comprado o solicitado esto garantiza la fidelidad del usuario”.

La importancia de la calidad del servicio se orienta en la forma de brindar y como empresa realiza una actividad, para satisfacer las necesidades de los clientes,

mediante la aplicación de varios factores como la amabilidad, atención personalizada, rapidez en la atención, ambiente agradable, comodidad, seguridad que son las principales características que deben contemplarse para que el servicio prestado llene las expectativas de los usuarios.

1.6.9 Estrategia

(Tarziján, 2013, pág. 33). En dicho mundo, “la organización y planificación es la estrategia empresarial, adapta ideas de la estrategia militar al establecer que una empresa debe especificar sus objetivos, desarrollar planes de acción y asignar sus recursos para cumplir con tales objetivos”.

La estrategia, es la capacidad de acción de la empresa fundamentada en sus propios principios; adicionalmente apuntalada por la libertad de acción, las seguridad personal e industrial, el trabajo en equipo, sorpresa, capacidad puesta de manifiesto en las diferentes tareas, la voluntad de mejorar la decisión de vencer, todos estos evidenciados en el desarrollo y bienestar empresarial y laboral y en la calidad del producto, que hacen la diferencia con la competencia plasmada en un régimen de trabajo.

1.6.10 Manifestaciones del cliente

Una queja es la manifestación de disconformidad con un producto adquirido o un servicio contratado por parte de un consumidor o usuario. Las manifestaciones de insatisfacción de los ciudadanos con los servicios prestados, el funcionamiento de la empresa, comercio.

(Arenal, 2018, pág. 07). En su obra de atención al cliente “Una queja es un regalo, es una oportunidad para mejorar y conocer la opinión del cliente sobre nuestro servicio, porque puede haber clientes insatisfechos que no se quejan, y solo conocemos su malestar cuando se van”.

Habiéndose determinado que el cliente es parte importante en el desarrollo de la empresa, sus opiniones, puntos de vista y sugerencias, deben ser tomados encuesta. Se deben eliminar susceptibilidades y asumir que una visión desde el exterior de la empresa contiene conceptos positivos, como la ubicación del producto en el mercado, debilidades, posibles sitios de expansión, etc.; para esto es necesario que exista un clima de confianza, de trabajo, de transparencia de actos, en la empresa.

CAPÍTULO II

2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Tipos de investigación

La presente investigación sirve para dar solución al problema existente de las estrategias de comunicación y atención al cliente, se percibe los hechos reales que se presentan día a día viviendo las experiencias propias y ajenas del usuario. Es factible porque mejorará y beneficiará el entorno laboral y la calidad de atención al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cantón Otavalo y, con ello, viabilizar una idónea información en los clientes y funcionarios.

2.1.2. Investigación de campo

Se trabajó en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cantón Otavalo directamente con las autoridades, directores departamentales, secretarías y usuarios para conocer y proponer estrategias de comunicación para mejorar la atención al cliente y dar soluciones al problema planteado.

2.1.3. Investigación descriptiva

Se Utiliza para analizar las características y propiedades del objetivo de estudio. Este método ayudó a describir las causas y consecuencias que se producen dentro de las estrategias de comunicación y su influencia en la atención al cliente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cantón Otavalo, y a su vez cómo ofrecer un servicio de calidad.

2.1.4. Investigación bibliográfica

Es aquella etapa de la investigación donde se respaldan la documentación (libros, revista, Internet, artículos y documentos históricos) los cuales ayudaron a ver de una

manera real y muy detallada la investigación realizada sobre las estrategias de comunicación y atención al cliente.

2.2. Métodos

2.2.1. Método Inductivo

En el proceso de la investigación se aplica el método inductivo, como una forma para consolidar los conocimientos y obtener información acerca del problema a investigar. Constituirá un elemento metodológico de gran importancia que nos ayudará a la recopilación de información del estudio de las estrategias de comunicación y su influencia en atención al cliente del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cantón Otavalo.

2.2.2. Método Estadístico

Son los procedimientos para tabular datos cualitativos y cuantitativos procedentes de la investigación a través de la muestra se tomó una parte de la población con ese método se redactó la interpretación de resultados que se obtuvieron a través de las encuestas que se aplicó a los usuarios y autoridades, administrativos, directores departamentales y secretarías del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cantón Otavalo.

2.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Se usaron varias técnicas e instrumentos de recopilación de datos de información, las mismas que son de suma importancia para proceder a la ejecución y desarrollo del problema de estudio.

2.3.1. La encuesta

Se aplicaron las encuestas a las autoridades, secretarias y usuarios que tramitan documentos dentro de la institución, para comprobar y conocer la opinión de cada uno de ellos y si el personal atiende los requerimientos de los usuarios de manera satisfactoria.

2.3.2. La Observación

Es una técnica que se aplicó a las secretarias del GAD Municipal del cantón Otavalo en el estudio de las estrategias de comunicación y su influencia en atención al cliente del GAD Municipal del cantón Otavalo.

2.4. Matriz de relación

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Diagnosticar las estrategias de comunicación, En las oficinas del GAD. Municipal de Otavalo	Estrategias de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comunicación ✓ Elementos de comunicación ✓ Tipos de comunicación ✓ Comunicación escrita ✓ Comunicación formal ✓ Comunicación informal 	<p>Encuestas</p> <p>Fichas de observación</p>	<p>Usuarios</p> <p>Funcionarios</p> <p>Secretarias</p>
Diagnosticar los factores que causan problemas en las relaciones de comunicación, en las oficinas del GAD. Municipal de Otavalo en el 2018	Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cliente ✓ Definición de cliente ✓ Servicio al cliente ✓ Atención al cliente ✓ Tipos de cliente ✓ Calidad de atención 	<p>Encuesta</p> <p>Fichas de observación</p>	<p>Usuarios</p> <p>Funcionarios</p> <p>Secretarias</p>

2.5. Población

FUNCIONARIOS	CANTIDAD
Autoridades	10
Secretarias o secretarios	15
Usuarios	500
Total	525

2.6. Muestra

$$n = \frac{N \times PQ}{(N-1)E^2 + PQ} =$$

Datos:

n = tamaño de la muestra.

N= población y muestra

P. Q= varianza de la población

(N-1) = corrección geométrica para muestras grandes o superiores a 100

E= margen de error estadístico aceptado

K= constante (su valor es 2)

$$n = \frac{N \times PQ}{(N-1)E^2 + PQ} =$$

$$n = \frac{500 \times 0,25}{(500-1)\frac{0,08^2}{2^2} + 0,25} =$$

$$n = \frac{125}{(499)\frac{0,0064}{4} + 0,25} =$$

$$n = \frac{125}{499 \times 0,0016 + 0,25} =$$

$$n = \frac{125}{1,0484} =$$

$$n = 120$$

CAPÍTULO III

3. Análisis e Interpretación de Resultados

Se aplicó la encuesta a los funcionarios, secretarías y usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo, logrando conseguir datos estadísticos indispensables para la elaboración de la investigación, para poder realizar la tabulación de datos se toma en cuenta cada una de las preguntas y se detalla a continuación.

3.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS AUTORIDADES DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE OTAVALO

1. Las órdenes y disposiciones importantes de trabajo que recibe usted de su jefe, es por medio de:

Tabla N. °1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comunicación Oral	6	60%
Documentos Digital	2	20%
Documentos Escritos	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestas contestaron que las órdenes y disposiciones que reciben por parte de su jefe lo hacen por medio de la comunicación oral, mientras que en su minoría respondieron que reciben la disposición por medio de documentos digitales y escritos, por ende, se recomienda al personal que la comunicación no sea solamente oral si no también escrita.

2. ¿CALIFIQUE EL AMBIENTE INTERNO DE TRABAJO QUE EXISTE ENTRE TODOS SUS COMPAÑEROS DEL MUNICIPIO?

Tabla N. °2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	2	20%
Bueno	3	40%
Regular	5	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestas respondieron que el ambiente de trabajo entre compañeros que existe en el GAD Municipal de Otavalo no es bueno, mientras que en su minoría respondieron que, si es bueno, se sugiere tratar de mejorar las relaciones interpersonales.

3. ¿CONSIDERA USTED, QUE EXISTEN ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA GENERAR IDEAS NECESARIAS QUE PERMITAN OPTIMIZAR LOS PROCESOS Y MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE?

Tabla N. °3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	3	30%
No	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestadas contestaron que dentro del municipio no existen estrategias de comunicación para optimizar los procesos de atención al cliente, mientras que en su minoría respondieron que si existían, por lo que, se recomienda buscar y crear estrategias para mejorar la comunicación.

4. ¿HA RECIBIDO USTED CURSOS, TALLERES O CHARLAS ACERCA DEL TEMA DE LA COMUNICACIÓN, POR PARTE DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO?

Tabla N. °4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	30%
No	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestadas respondieron que, no han recibido cursos o talleres acerca de lo que es comunicación por parte de municipio, mientras que en su minoría respondieron que, si han recibido, se recomienda capacitar al personal en este tema tan relevante que es de mucha ayuda para mejorar las relaciones interpersonales dentro de la institución.

5. ¿MANEJA USTED CANALES DE COMUNICACIÓN, COMO: CORREO ELECTRÓNICO, INTRANET; O DOCUMENTOS DIGITALIZADOS: OFICIOS ESCRITOS, FORMULARIOS, ENTRE OTROS, PARA RELACIONARSE LABORALMENTE CON LAS AUTORIDADES O COMPAÑEROS DEL GAD MUNICIPAL DE OTAVALO?

Tabla N. °5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente	3	30%
Parcialmente	2	20%
No Maneja	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestadas contestaron que, no manejan los canales de comunicación para relacionarse laboralmente con el personal que labora dentro del municipio, mientras que en su minoría respondieron que, si utilizaban, se sugieren tratar me capacitarse en el uso de los canales de comunicación que tiene el GAD de Otavalo.

6.- ¿EMPLEA EL GAD MUNICIPAL DE OTAVALO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EJEMPLO, BUZÓN DE SUGERENCIAS, CARTELERA, MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, ENTRE OTROS; PARA QUE USTED DIFUNDA SUS IDEAS, SUGERENCIAS, DUDAS Y OBTENGA INFORMACIÓN NECESARIA PARA REALIZAR SU TRABAJO EFICIENTEMENTE?

Tabla N. °6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	5	50%
No	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: La mitad de personas encuestas respondieron que, el municipio de Otavalo si emplea herramientas de comunicación para poder realizar el trabajo eficientemente, mientras que la otra mitad respondió que no utiliza estas herramientas, se recomienda acatar las disipaciones que tiene el GAD para mejorar la Comunicación.

7. ¿CADA QUÉ TIEMPO SE REÚNE CON SU JEFE SUPERIOR PARA TRATAR ASUNTOS RELACIONADOS CON LOS CLIENTES?

Tabla N. °7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	0	0%
Semanalmente	0	0%
Mensualmente	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su totalidad de las personas encuestadas respondieron que las reuniones con el jefe superior para tratar asuntos relacionados con el cliente son realizadas mensualmente, por ende, se sugiere tratar de mejorar las relaciones con el jefe superior y reunirse por lo menos una vez a la semana.

8. ¿QUÉ TIPO DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA RELACIONARSE CON LOS USUARIOS DEL GAD MUNICIPAL DE OTAVALO?

Tabla N. °8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lenguaje Formal o Técnico	2	20%
Lenguaje Informal o Sencillo	3	40%
Lenguaje Formal e Informal	5	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestadas respondieron que, la comunicación que utiliza el municipio para relacionarse con los usuarios es de un lenguaje formal e informal, mientras que en su minoría respondieron que utilizan un lenguaje técnico y sencillo, se recomienda que se debe utilizar un lenguaje técnico al momento de tratar al usuario.

9. ¿CUÁNDO HAY CONFLICTOS CON LOS USUARIOS O MALOS ENTENDIDOS POR FALTA DE COMUNICACIÓN, ¿QUÉ ACTITUD TOMA USTED?

Tabla N. °9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Se Involucra en el Conflicto	1	10%
Evita el Conflicto	2	20%
Es Indiferente	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestas respondieron que, cuando hay conflictos con los usuarios dentro del GAD la actitud que ellos toman es ser indiferente ante el hecho, mientras que en su minoría respondieron que se involucran y evitan el conflicto, se sugiere buscar maneras de solucionar los conflictos cuando se presenten en la institución.

10. CONSIDERA QUE EN EL AMBIENTE DE SU TRABAJO EXISTEN:

Tabla N. °10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Distracciones que disminuye la efectividad de su trabajo	3	30%
Es apropiado para ejercer su labor	2	20%
No es muy adecuado	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestas respondieron que, en el ambiente de trabajo no es muy adecuado para desempeñar las labores diarias, mientras que en su minoría respondieron que existen distractores y en ocasiones si es el apropiado, se recomienda buscar alternativas para mejorar el ambiente laboral.

11. ¿LE GUSTARÍA CAPACITARSE MEDIANTE TALLERES INTEGRADORES DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y ATENCIÓN AL CLIENTE PARA SU PARTICIPACIÓN ACTIVA?

Tabla N. °11

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100%
No	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su totalidad de las personas encuestadas contestaron que si les gustaría capacitarse mediante talleres de integración para mejorar la comunicación estratégica y atención al cliente, se recomienda buscar los recursos necesarios para poder hacer realidad este tipo de actividades recreativas.

3.2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS SECRETARIAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE OTAVALO.

1. LAS ÓRDENES Y DISPOSICIONES IMPORTANTES DE TRABAJO QUE RECIBE USTED DE SU JEFE, ES POR MEDIO DE:

Tabla N. °12

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comunicación Oral	6	40%
Documentos Digital	4	27%
Documentos Escritos	5	33%
TOTAL	15	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestas contestaron que las órdenes y disposiciones que son transmitidas por parte de las autoridades, lo hacen por medio de la comunicación oral, mientras que en su minoría respondieron que las disposiciones son transmitidas por medio de documentos digitales y escritos, por ende, se recomienda al personal que la comunicación no sea solamente oral si no también escrita.

2. ¿CALIFIQUE EL AMBIENTE INTERNO DE TRABAJO QUE EXISTE ENTRE TODOS SUS COMPAÑEROS DEL MUNICIPIO?

Tabla N. °13

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Bueno	5	33%
Regular	10	67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestas respondieron que el ambiente de trabajo entre compañeros del GAD Municipal de Otavalo es de una manera regular, mientras que en su minoría respondieron que, si es bueno, se sugiere tratar de mejorar las relaciones interpersonales que existen dentro de la institución.

3. ¿CONSIDERA USTED, QUE EXISTEN ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA GENERAR IDEAS NECESARIAS QUE PERMITAN

OPTIMIZAR LOS PROCESOS Y MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE?

Tabla N. °14

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	40%
No	9	60%
TOTAL	15	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestadas contestaron que dentro del municipio no cuentan con estrategias de comunicación para optimizar los procesos de atención al cliente, mientras que en su minoría respondieron que, si existían, por lo que, se recomienda buscar y crear estrategias para mejorar la comunicación.

4. ¿HA RECIBIDO USTED CURSOS, TALLERES O CHARLAS ACERCA DEL TEMA DE LA COMUNICACIÓN, POR PARTE DEL GAD MUNICIPAL DE OTAVALO?

Tabla N. °15

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	20%
No	12	80%
TOTAL	15	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestadas respondieron que, no han recibido cursos o talleres acerca de lo que es comunicación por parte de municipio, mientras que en su minoría respondieron que, si han recibido, se recomienda capacitar al personal en este tema tan relevante que es de mucha ayuda para mejorar las relaciones interpersonales dentro de la institución.

5. ¿MANEJA USTED CANALES DE COMUNICACIÓN, COMO: CORREO ELECTRÓNICO, INTRANET; O, DOCUMENTOS DIGITALIZADOS: OFICIOS

ESCRITOS, FORMULARIOS, ENTRE OTROS, ¿PARA RELACIONARSE LABORALMENTE CON LAS AUTORIDADES O COMPAÑEROS DEL GAD MUNICIPAL DE OTAVALO?

Tabla N. °16

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente	0	0%
Parcialmente	10	67%
No Maneja	5	33%
TOTAL	15	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestadas contestaron que, en ocasiones manejan los canales de comunicación para relacionarse laboralmente con el personal que labora dentro del municipio, mientras que en su minoría respondieron que no utilizaban, se sugieren tratar me capacitarse en el uso de los canales de comunicación que tiene el GAD de Otavalo.

6.- ¿Emplea el GAD Municipal de Otavalo herramientas de comunicación ejemplo, buzón de sugerencias, cartelera, mensajería instantánea, entre otros; para que usted difunda sus ideas, sugerencias, dudas y obtenga información necesaria para realizar su trabajo eficientemente?

Tabla N. °17

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	33%
No	10	67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestas respondieron que, el municipio de Otavalo si emplea herramientas de comunicación para poder realizar el trabajo eficientemente, mientras que su minoría respondió que no utiliza estas herramientas, se recomienda acatar las disipaciones que tiene el GAD para mejorar la Comunicación.

7. ¿CADA QUÉ TIEMPO SE REÚNE CON SU JEFE SUPERIOR PARA TRATAR ASUNTOS RELACIONADOS CON LOS CLIENTES?

Tabla N. °18

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	0	0%
Semanalmente	0	0%
Mensualmente	15	100%
TOTAL	15	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su totalidad de las personas encuestadas respondieron que las reuniones con el jefe superior para tratar asuntos relacionados con el cliente y sus funciones, son realizadas mensualmente, por ende, se sugiere tratar de mejorar las relaciones con el jefe superior y reunirse por lo menos una vez a la semana.

8. ¿QUÉ TIPO DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA RELACIONARSE CON LOS USUARIOS DEL GAD MUNICIPAL DE OTAVALO?

Tabla N. °19

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lenguaje Formal o Técnico	2	13%
Lenguaje Informal o Sencillo	3	20%
Lenguaje Formal e Informal	10	67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestadas respondieron que, la comunicación que utiliza el municipio para relacionarse con los usuarios es de un lenguaje formal e informal, mientras que en su minoría respondieron que utilizan un lenguaje técnico y sencillo, se recomienda que se deba utilizar un lenguaje técnico al momento de tratar al usuario.

9. ¿CUÁNDO HAY CONFLICTOS CON LOS USUARIOS O MALOS ENTENDIDOS POR FALTA DE COMUNICACIÓN, ¿QUÉ ACTITUD TOMA USTED?

Tabla N. °20

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Se Involucra en el Conflicto	0	0%
Evita el Conflicto	5	33%
Es Indiferente	10	67%
TOTAL	10	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestas respondieron que, cuando hay conflictos con los usuarios dentro del GAD la actitud que ellos toman es ser indiferente ante el hecho, mientras que en su minoría respondieron que se involucran y evitan el conflicto, se sugiere buscar maneras de solucionar los conflictos cuando se presenten en la institución.

10. CONSIDERA QUE EN EL AMBIENTE DE SU TRABAJO EXISTEN:

Tabla N. °21

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Distracciones que disminuye la efectividad de su trabajo	9	60%
Es apropiado para ejercer su labor	2	13%
No es muy adecuado	4	27%
TOTAL	15	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestas respondieron que, en el ambiente de trabajo no es muy adecuado porque existen distractores que disminuyen la efectividad, mientras que en su minoría respondieron que en ocasiones si es el apropiado, se recomienda buscar alternativas para mejorar el ambiente laboral.

11. ¿LE GUSTARÍA CAPACITARSE MEDIANTE TALLERES INTEGRADORES DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y ATENCIÓN AL CLIENTE PARA SU PARTICIPACIÓN ACTIVA?

Tabla N. °22

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	15	100%
No	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Autoridades del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su totalidad de las personas encuestadas contestaron que si les gustaría capacitarse mediante talleres de integración para mejorar la comunicación estratégica y atención al cliente, se recomienda buscar los recursos necesarios para poder hacer realidad este tipo de actividades recreativas.

3.3.RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE OTAVALO

1. ¿CONSIDERA USTED QUE EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUE PRESTAN LAS SECRETARIAS ES DE CALIDAD?

Tabla N. °23

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	20	17%
No	100	83%
TOTAL	120	100%

Fuente: Usuarios del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestadas respondieron que, el servicio de atención al cliente que brindan las secretarias del GAD no es adecuado, mientras que en su minoría respondieron que, si es adecuado, por lo cual, se recomienda mejorar la atención al cliente a las personas que acuden a realizar los trámites a esta institución.

2. ¿CÓMO CONSIDERA EL DESEMPEÑO DE LAS SECRETARIAS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN?

Tabla N. °24

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	20	17%
Bueno	30	25%
Regular	70	58%
TOTAL	120	100%

Fuente: secretarias del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestadas respondieron que, el desempeño de las secretarias que trabajan en el municipio es considerado de una manera regular, mientras que en su minoría respondieron que es bueno y en ocasiones llega a ser excelente, se sugiere mejorar el desempeño laboral dentro de la institución.

3.- ¿EN QUÉ ÁMBITOS CREE USTED QUE EL PERSONAL QUE LABORA EN EL MUNICIPIO DEBE SER CAPACITADO?

Tabla N. °25

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atención al Cliente	50	42%
Buena Comunicación	20	16%
Relaciones Humanas	50	42%
TOTAL	120	100%

Fuente: secretarias del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su de las personas encuestadas contestaron que, el personal que labora en el municipio debe ser capacitado en lo que es atención al cliente y relaciones humanas, mientras que en su minoría respondieron que deberían capacitar en lo que es una buena comunicación, por lo tanto, se recomienda capacitar al personal en estos temas relevantes.

4. ¿LAS SECRETARIAS RECIBEN DE FORMA OPORTUNA Y EFICIENTE LA INFORMACIÓN QUE REQUIERE PARA REALIZAR UN TRÁMITE?

Tabla N. °26

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De acuerdo	20	17%
Totalmente de acuerdo	0	0%
En Desacuerdo	100	83%
TOTAL	120	100%

Fuente: usuarios del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestadas respondieron que, están en desacuerdo de la forma en que ella recibe los tramites cuando acuden a institución, mientras que en su minoría contestaron que están de acuerdo con la eficiencia con la que reciben el trámite, se recomienda mejorar la atención a la cliente brindada a los usuarios del GAD.

5. ¿CREE USTED QUE EL PERSONAL QUE LABORA EN EL MUNICIPIO ESTÁ CAPACITADO PARA DESEMPEÑAR EL CARGO QUE OCUPA?

Tabla N. °27

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	20	17%
No	100	83%
TOTAL	120	100%

Fuente: Usuarios del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestadas respondieron que, el personal que labora en el municipio no está capacitada para desempeñar el cargo que ocupa, mientras que en su minoría respondieron que, si están capacitados, se sugiere capacitar al personal de todas las áreas para que puedan brindar un mejor servicio.

6. ¿ESTÁ USTED DE ACUERDO QUE LAS SECRETARIAS QUE LABORAN EN EL MUNICIPIO SEAN CAPACITADAS EN TEMAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE?

Tabla N. °28

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	0	0%
No	120	100%
TOTAL	120	100%

Fuente: Usuarios del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su Totalidad de las personas encuestadas contestaron que, si están de acuerdo que las secretarias que laboran en el municipio sean capacitadas en los temas de atención al cliente y comunicación, se recomienda buscar los recursos necesarios para poder realizar esta actividad.

7. ¿SUS QUEJAS Y RECLAMOS SON ATENDIDOS OPORTUNAMENTE POR PARTE DE LA PERSONA ENCARGADA DE ESTE DEPARTAMENTO?

Tabla N. °29

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	20	17%
No	100	83%
TOTAL	120	100%

Fuente: Usuarios del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestadas respondieron que, las quejas y reclamos que ellos realizan al municipio no son atendidos oportunamente, mientras que en su minoría contestaron que, si son atendidos oportunamente, por lo que se recomienda renovar el buzón de sugerencias y estar más pendiente del mismo.

8. ¿QUÉ TIEMPO CREE USTED QUE ES CONSIDERABLE QUE UNA SECRETARIA SE TARDE PARA SOLUCIONAR SU TRÁMITE?

Tabla N. °30

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 minutos	10	9%
1 día	70	58%
Más de 1 día	40	33%
TOTAL	120	100%

Fuente: Usuarios del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de personas encuestadas respondieron que, el tiempo aproximado en que las secretarias tarden en solucionar un trámite es 1 día, mientras que en su minoría respondieron que en tiempo máximo es 30 minutos, se sugiere clasificar los trámites y darles prioridad a los urgentes

9. ¿EXISTE UNA BUENA ATENCIÓN AL CLIENTE POR PARTE DE LAS SECRETARIAS CUANDO USTED ASISTE A LA INSTITUCIÓN?

Tabla N. °31

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	10	8%
Casi Siempre	30	25%
Nunca	80	67%
TOTAL	120	100%

Fuente: Usuarios del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestadas respondieron que, no existe una buena atención al cliente por parte de las secretarias cuando asisten a la institución al realizar algún trámite, mientras que en su minoría respondieron que siempre reciben una buena atención, se recomienda capacitar al personal en lo que es relaciones humanas y atención al cliente.

10. ¿SELECCIONE LOS TIPOS DE COMUNICACIÓN QUE UTILIZA EL MUNICIPIO PARA LLEGAR HACIA USTED CON LA INFORMACIÓN SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE ESTÁ REALIZANDO EL MUNICIPIO?

Tabla N. °32

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	0	0%
Televisión	20	17%
Periódico	100	83%
TOTAL	120	100%

Fuente: Usuarios del GAD Municipal de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

INTERPRETACIÓN: En su mayoría de las personas encuestadas respondieron que, la información sobre las actividades que está realizando el municipio lo hace mediante el periódico, mientras que en su minoría respondieron que lo hace por la televisión, por lo cual se recomienda utilizar todos los medios de comunicación posibles para llegar al usuario.

FICHA DE OBSERVACIÓN

FECHA: 01/11/2018 al 05/01/2019

INDICADORES	Autoridades y Secretarías que laboran en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo.		
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA
Las secretarías tienen la capacidad de agilizar un trámite si fuese necesario			
El personal que labora en el GAD Municipal de Otavalo saluda o les dan la bienvenida a los clientes cuando ingresan a la institución.			
Las relaciones humanas entre usuarios y secretarías son adecuadas			
La comunicación que utilizan las secretarías es fluida y asertiva al momento de brindar atención al cliente			
Existe un buen ambiente laboral y excelentes relaciones humanas entre compañeros de trabajo.			

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Las secretarías tienen la capacidad de agilizar un trámite si fuese necesario	4	27%
El personal que labora en el GAD Municipal de Otavalo saluda o les dan la bienvenida a los clientes cuando ingresan a la institución.	3	20%
Las relaciones humanas entre usuarios y secretarías son adecuadas	3	20%
La comunicación que utilizan las secretarías es fluida y asertiva al momento de brindar atención al cliente	2	13%
Existe un buen ambiente laboral y excelentes relaciones humanas entre compañeros de trabajo.	3	20%
TOTAL	15	100%

INTERPRETACIÓN

Indicador 1: Se observó muy detalladamente que el personal que labora en el GAD Municipal del Cantón Otavalo casi siempre trata de agilizar y despachar los trámites para que los clientes estén conformes con la atención, pero en ocasiones siendo trámites pequeños se demoran en entregar.

Indicador 2: Se observó que el personal que labora en el municipio de Otavalo no atiende con amabilidad a los clientes y casi nunca saludan o les dan la bienvenida o los hacen esperar su turno cuando los ven entrar a las instalaciones por lo cual existen molestias de los clientes.

Indicador 3: En el municipio de Otavalo se observó que las relaciones humanas entre usuarios y secretarias no son buenas porque las secretarias cuando las personas acuden a pedir información no lo hacen específicamente sino le dicen traiga esto y venga más tarde, lo que causa que los clientes estén insatisfechos.

Indicador 4: Se observó muy detenidamente que las secretarias del GAD municipal de Otavalo casi nunca tienen una buena comunicación con los clientes por que no es asertiva en sus ideas o lo que quiere comunicar porque son muy impacientes y no explican bien sobre los documentos que necesitan los clientes para realizar los trámites necesarios.

Indicador 5: El personal que labora en el GAD municipal de Otavalo casi nunca tiene una buena relación entre compañeros de trabajo, siempre están en desacuerdo por las labores que tiene que realizar cada uno de ellos o como a veces trata al cliente o no les ayudan con rapidez y eficacia.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1. Título de la propuesta

MANUAL DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO.

4.2. Justificación e importancia

La recolección de información y el previo análisis de los resultados obtenidos en el municipio de Otavalo se presentan una oportunidad para cubrir las necesidades referentes a las estrategias de comunicación y atención al cliente, lo que permitirá brindar un mejor servicio de calidad, cumpliendo con las necesidades de los clientes.

Mediante este documento se busca desarrollar e implementar un manual de las estrategias de comunicación que sirva de ayuda para la mejora en atención al cliente; dicho manual servirá de apoyo para aplicarlo en las oficinas de las secretarías que brindan información al cliente y conseguir llegar al éxito.

La implementación del manual de estrategias de comunicación y atención al cliente con el fin de mejorar el desempeño laboral, permitiendo al personal administrativo y secretarías del municipio de Otavalo dotar de pautas para tener buenas estrategias de comunicación con sus compañeros y una excelente atención al cliente que ingresa a la institución, este proceso abarcara alineamientos desde el momento en que se emite el documento con el propósito de definir el tiempo que se tarda hasta la ejecución y terminación del trámite requerido.

4.3 Fundamentación

Dentro de la institución es muy importante manejar buena comunicación, ya sea entre compañeros, funcionarios, personal administrativo y usuario, pues todos ellos son parte importante de la institución para lograr obtener resultados positivos en el desarrollo institucional como mejorar la calidad de atención al usuario, manejar posibles conflictos de una manera asertiva y participativa, llegar a solucionar problemas de manera organizada y trabajando en equipo, aplicar valores instituciones que logren la mejora de las diferentes labores en los diferentes departamentos de la institución, y sobre todo saber ser personas para lograr ser buenos profesionales. Además, la atención al cliente es otro aspecto de suma importancia en la institución pues, si no existe una buena atención al cliente , la planificación institucional decaerá, si las personas trabajan conjuntamente entre funcionarios, personal administrativo y usuarios todo será mucho mejor, y todo en base a una buena atención , si las personas no saben tratar al cliente no se logrará llegar a ningún acuerdo, no se logrará solucionar posibles conflictos, y se generarán problemas que en algunos casos pueden llegar a ser más graves que otros.

4.4 Objetivo

4.4.1. Objetivo General

Crear un manual de estrategias de comunicación y atención al cliente dirigido al personal que forma parte del gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Otavalo.

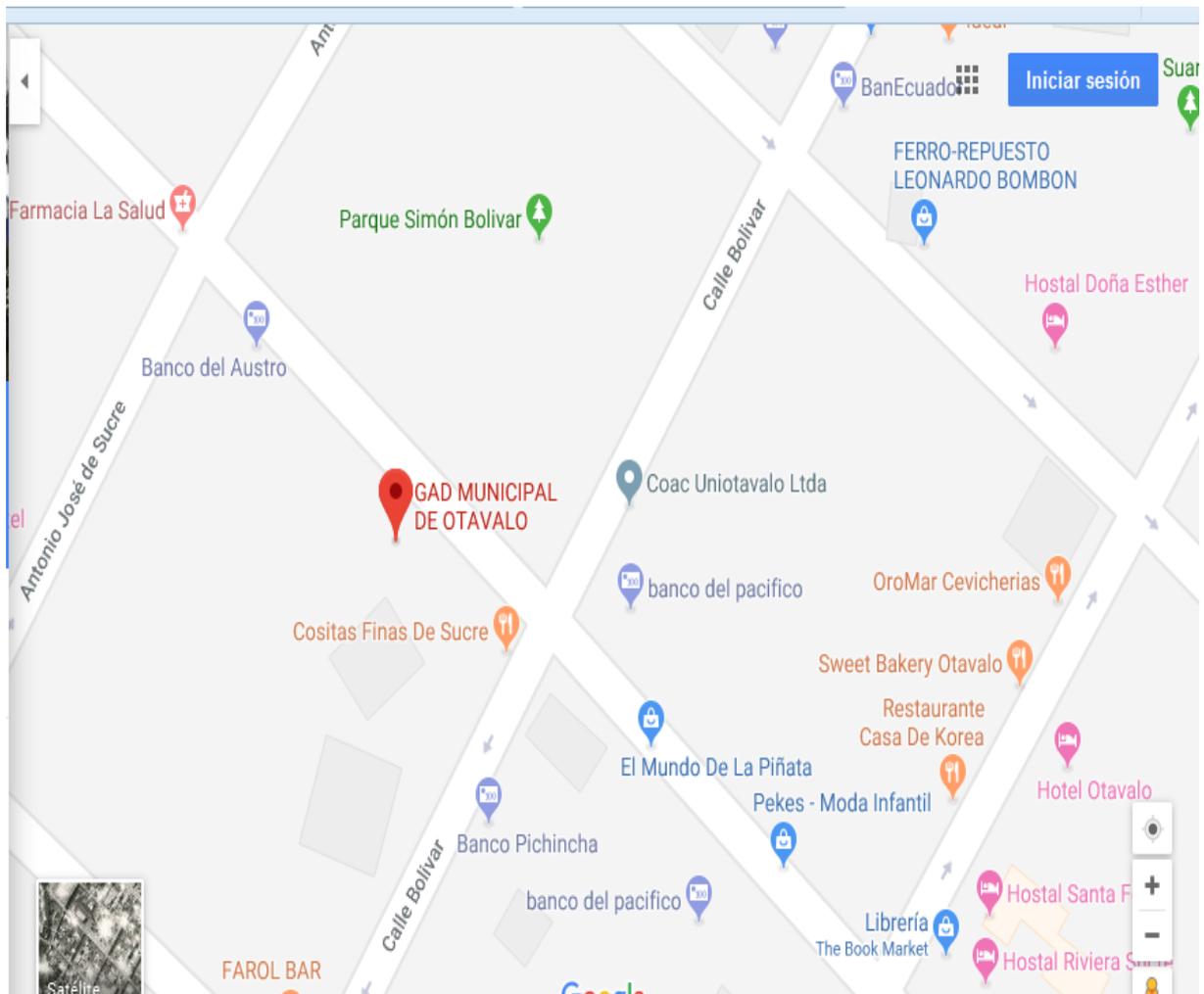
4.4.2. Objetivos específicos

- Implementar un manual de las estrategias de comunicación y atención del cliente del Municipio de Otavalo

- Implementar guías para mejorar las estrategias de comunicación y atención al cliente en la institución con el fin de mejorar y tener éxito.
- Socializar la propuesta realizada, en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo.

4.5. Ubicación sectorial

Este manual se aplicará en Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, la misma que se encuentra ubicado en la Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, en las calles Simón Bolívar y sucre



Fuente: Ubicación del Municipio de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

Ubicación física



Fuente: Municipio de Otavalo
Elaborado por: Grace Ulquiango

4.6. Desarrollo de la propuesta

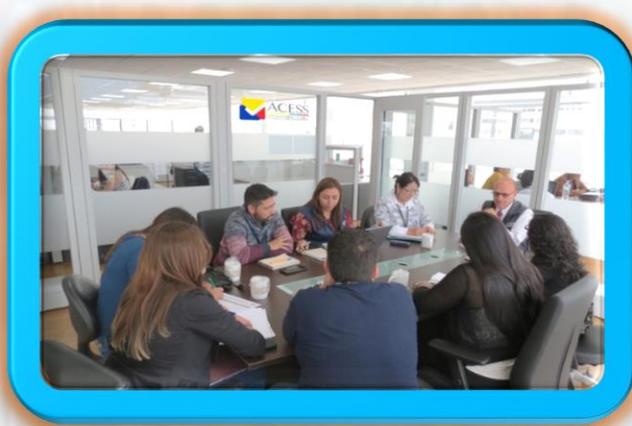
En este manual se desarrollará las siguientes actividades: importancia de las estrategias de comunicación, atención al cliente en la institución, la importancia de la comunicación, sus factores, personalidad, carácter y temperamento, manejo de atención al cliente, manejo de conflictos en la institución, trabajo en equipo, aplicación de valores institucionales.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA



**“MANUAL DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL GOBIERNO
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL
CANTÓN OTAVALO”.**

ELABORADO POR: GRACE ELIZABETH ULQUIANGO

Otavaló - 2019

MISIÓN

El Consejo Cantonal de Protección de Derechos de Otavaló es el organismo encargado de ejercer las atribuciones de formulación, transversalización, observancia, seguimiento y evaluación de políticas públicas para la igualdad en las temáticas intergeneracionales, de género, discapacidad, movilidad humana e intercultural garantizando los derechos de la ciudadanía del Cantón Otavaló.

VISIÓN

El Consejo Cantonal de Protección de Derechos se consolida como un organismo que exige, protege y garantiza el ejercicio pleno de los derechos de todas las personas y los grupos de atención prioritaria del Cantón Otavaló, contemplados en la Constitución de la República del Ecuador, los instrumentos internacionales de Derechos Humanos y la ley Orgánica de los Consejos Nacionales para la Igualdad.

VALORES

- 1.- Eficiencia
- 2.- Transparencia
- 3.- Equidad
- 4.- Compromiso
- 5.- Solidaridad

6.- Calidad de servicio

7.- Responsabilidad

UNIDAD I

1. IMPORTANCIA DEL MANUAL

En este manual se describirá la importancia que tiene la buena atención al cliente por parte del personal administrativo de la empresa, existes varios tipos de estrategias que pueden ser utilizadas para mejorar el servicio brindado a los usuarios, lo más importante es mejorar las expectativas que tienen cada una de las personas sobre el trato brindado cuando acuden a las instalaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado municipal del Cantón Otavalo.



Fuente: Personal y Autoridades
Elaborado por: Grace Ulquiango

1.2. Importancia de la Comunicación

La comunicación es el dialogo entre dos o más personas con el fin de emitir mensajes o intercambiar información, esta acción se forma por un proceso complejo. La comunicación es muy importante no se diga en una empresa, si se envía un mensaje, debe ser de forma clara y precisa, ya que, puede evitar rumores, confusiones, malos entendidos y hasta conflictos, es por eso que la comunicación es la herramienta del éxito, porque así

se puede mantener a los empleados motivados, informados de los antecedentes de la empresa, y cuál es su fin, sus metas, sus objetivos, y así colaborar entre todos, trabajando en equipo para q la empresa triunfe.

ESTRATEGIA N°1

1.1. El aporte de la Comunicación al Cambio Social

DEFINICIÓN: se refiere a la alteración, en cualquier sentido, de las estructuras sociales; esto es, a las relaciones entre los individuos, grupos sociales, u organizaciones sociales guiadas por ciertas normas y valores. El término también explica aquellas alteraciones por las cuales un determinado “orden” de la sociedad es reemplazado por otro orden.



Fuente: Personal y Autoridades
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Personal y Autoridades
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: La comunicación es la base central para innovar a la sociedad debido a que las personas suelen expresar sus ideas de una manera diferente, es ahí donde debemos buscar las mejores estrategias de comunicación para poder entenderlos.

ESTRATEGIA N°2

1.2. Importancia de la comunicación

DEFINICIÓN: Las personas en si necesitamos comunicarnos con otras personas, ya que necesitamos enseñar y aprender, lo cual fortalecer las experiencias humanas, también es esencial transmitir información e informarnos, intercambiar y compartir ideas. La comunicación desarrolla el potencial de cada persona, y en si es fundamental para transmitir lo que deseamos expresar.



Fuente: Importancia de comunicación
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Importancia de comunicación
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Es muy importante al momento de comunicarse con las demás personas y al brindar una atención al cliente se lo debe hacer con un tono moderado para que las personas entiendan lo que quiere decir o expresar.

ESTRATEGIA N° 3

1.3. Medios de comunicación

DEFINICIÓN: Es fundamental mantener una buena comunicación en las instituciones, ya que, de ello depende como se manejen los diferentes aspectos que se presenten, en las organizaciones se trabaja con diferentes tipos de comunicación, las mismas que tienen una gran importancia, según el fin que desarrolla cada una de ellas.



Fuente: Medios de comunicación
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO

Periódico	Radio	Televisión	Redes Sociales
-----------	-------	------------	----------------

Medio de comunicación de impreso. Son los periódicos o revistas de publicación diaria o regular, que contienen temas de distintas materias; además se caracterizan por la forma cómo entregan la información.	Sistema de transmisión de mensajes orales. Sus mensajes son transmitidos por medio de ondas hertzianas y puede recorrer varias distancias en un lapso de tiempo breve. Su modo de transmisión de mensajes es simultáneo.	Es un sistema de transmisión de imágenes en movimiento. Al mezclar el sonido con la imagen, los mensajes entregados por la TV impactan y persuaden a los receptores de manera más rápida y certera.	Es una red de redes, en la cual la información está estructurada y organizada de acuerdo a temas y áreas. Así los "buscadores" facilitan el trabajo en la entrega e interpretación de la información.
---	--	---	---

Fuente: Medios de comunicación
Elaborado por: Grace Ulquiango

ESTRETEGIA N°4

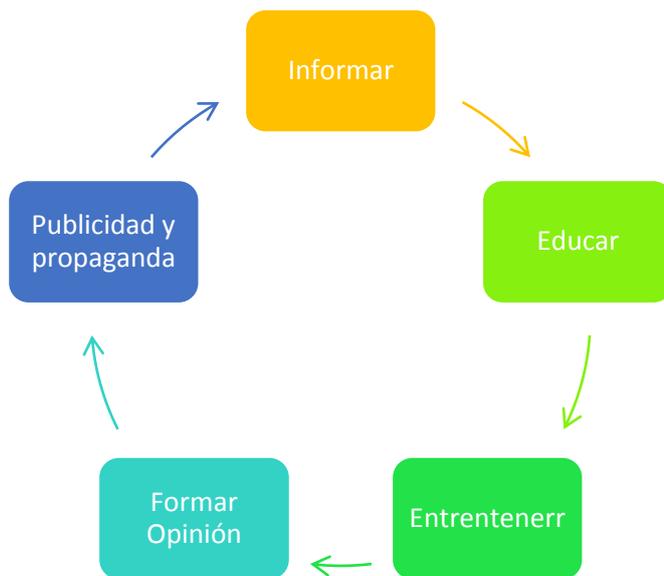
1.4. Funciones de los medios de comunicación

DEFINICIÓN: Los medios de comunicación influyen sobre la sociedad de manera considerable, ayudando a satisfacer las necesidades de la población. Las funciones de ellas son:



Fuente: Funciones de comunicación
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Funciones de comunicación
Elaborado por: Grace Ulquiango

ESTRATEGIA N° 5

1.5. LA COMUNICACIÓN ESCRITA

DEFINICIÓN: Es una comunicación en la cual el expresarse sea de manera escrita para dar a conocer diversa información, de una manera formal y con dicha comunicación enunciamos nuestros intereses. Los medios por los cuales se puede comunicar de forma escrita son:



Fuente: Comunicación escrita
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO

- ✓ Circulares
- ✓ Orden del día
- ✓ Cartas comerciales
- ✓ Proyectos
- ✓ Invitación
- ✓ Informes

- ✓ Boletín
- ✓ entrevista
- ✓ volantes
- ✓ avisos
- ✓ recibos
- ✓ facturas

Fuente: Comunicación
Elaborado por: Grace Ulquiango

CONCLUSIÓN: La comunicación escrita es muy importante en la institución, porque, si se mantiene una buena comunicación, las actividades lograrán ser más amenas por que existirá más confianza en el equipo de trabajo.

ESTRATEGIA N° 6

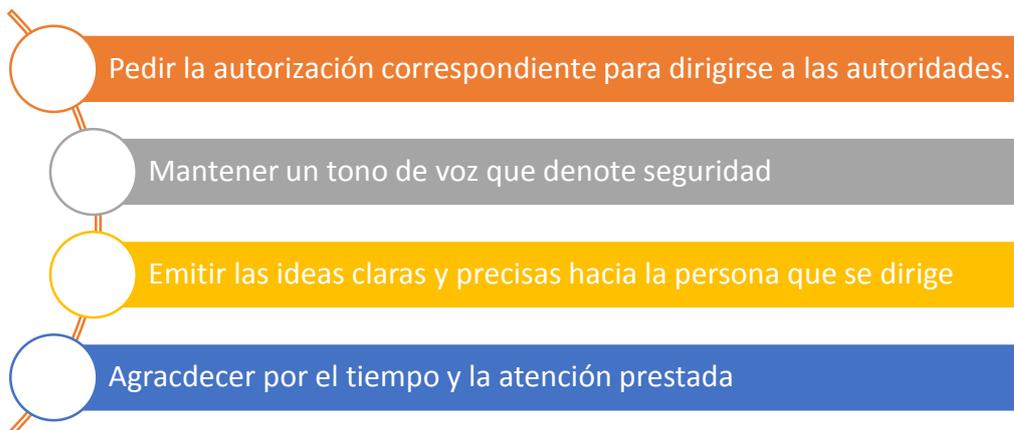
1.6.Comunicación ascendente

DEFINICIÓN: Se produce desde los subordinados hacia sus autoridades. Mejorar la comunicación ascendente creando estrategias de desarrollo para mejorar el ambiente laboral en la institución.



Fuente: Comunicación ascendente
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Comunicación ascendente
Elaborado por: Grace Ulquiango

CONCLUSIÓN: La comunicación ascendente es muy importante en la institución, porque, si se mantiene una buena comunicación, las actividades lograrán ser más amenas por que existirá más confianza en el equipo de trabajo.

ESTRATEGIA N° 7

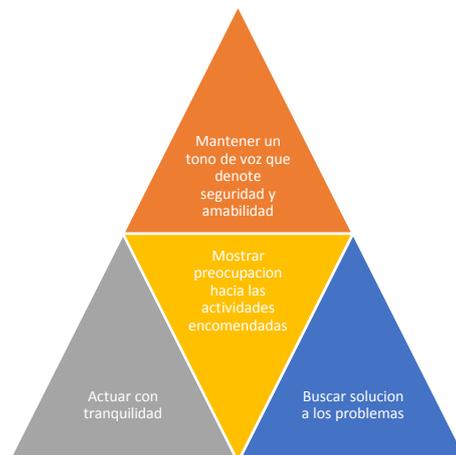
1.7. Comunicación Descendente

DEFINICIÓN: Se produce desde los más altos mandos hacia sus subordinados para mejorar la comunicación descendente en la institución mediante estrategias muy puntuales que ayudaran a mejorar el clima de trabajo y también el desenvolvimiento en las actividades que se realizan en la institución con un resultado positivo para la misma.



Fuente: Comunicación descendente
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Comunicación descendente
Elaborado por: Grace Ulquiango

ESTRATEGIA N°8

1.8. Comunicación horizontal

DEFINICIÓN: Es aquella que se produce entre el personal administrativo de los diferentes departamentos de la institución para mejorar la comunicación horizontal en la institución, creando estrategias que mejoren el clima laboral entre departamentos para evitar cualquier circunstancia negativa.



Fuente: Comunicación horizontal
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Comunicación horizontal
Elaborado por: Grace Ulquiango

CONCLUSIÓN: La comunicación horizontal es muy importante en la institución, ya que, de ella depende que las actividades departamentales se desarrollen de manera colaborativa y trabajando siempre en equipo.

UNIDAD II

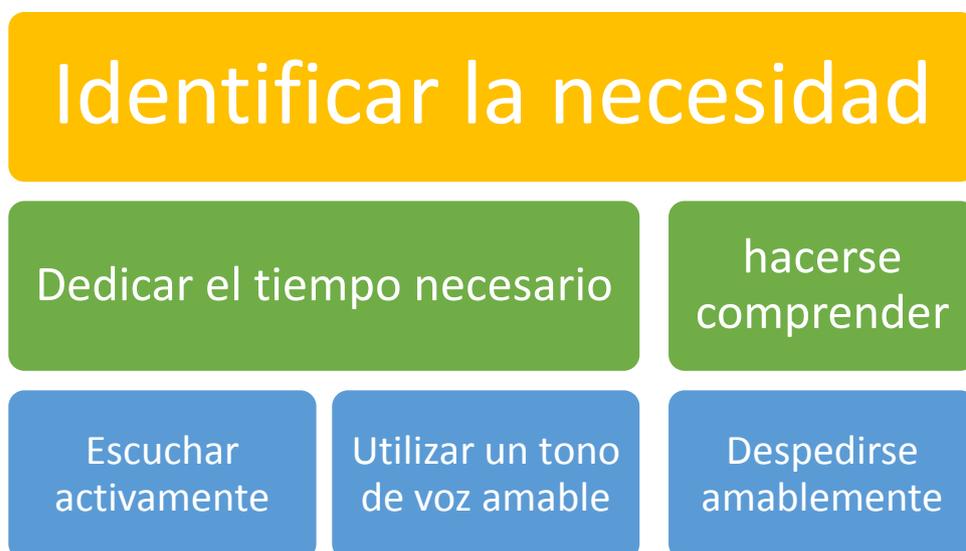
2. ATENCIÓN AL CLIENTE

El servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo.



Fuente: Atención al cliente
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Atención al cliente
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Es importante tener una buena atención al cliente y ayudar en lo que necesita, al momento que el cliente ingresa a la institución debemos saludar y dar la bienvenida invitarlo a sentarse y preguntar lo que necesita realizar para finalmente seguir con el proceso.

ESTRATEGIA N° 1

2.1. Amabilidad

DEFINICIÓN: hace referencia al trato amable, cortés y servicial. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores saludan al cliente con una sonrisa sincera, cuando le hacen saber que están para servirlo, cuando le hacen sentir que están genuinamente interesados en satisfacerlo antes que, en venderle, etc.



Fuente: Amabilidad
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Clasificación de amabilidad
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Uno de los valores más importantes al momento de brindar la atención al cliente es mostrarles amabilidad para poder tener un excelente trato de autoridad a usuario.

ESTRATEGIA N°2

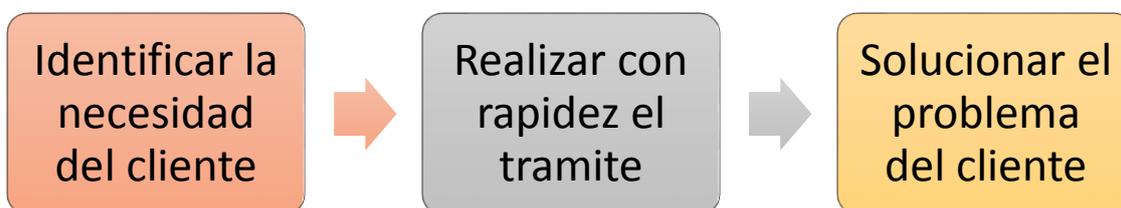
2.2. Atención personalizada

DEFINICIÓN: Es la atención directa o personal que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente. Se da, por ejemplo, cuando un mismo trabajador atiende a un cliente durante todo el proceso de compra, cuando se le brinda al cliente un producto diseñado especialmente de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias particulares, etc.



Fuente: Atención personalizada
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Clasificación de la atención personalizada
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Brindar una atención personalizada a los clientes ayuda a satisfacer con eficacia las necesidades y a mejorar la imagen personal e institucional del personal que labora en el municipio.

ESTRATEGIA N° 3

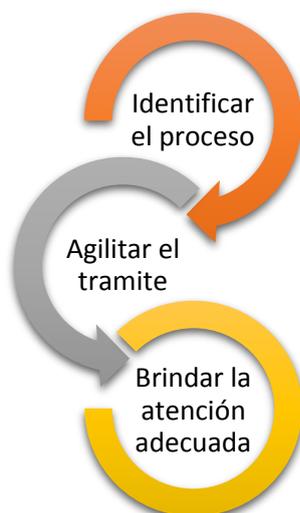
2.3. Rapidez en la atención

DEFINICIÓN: es la rapidez con la que se le toman los pedidos al cliente, se le entrega su producto, o se le atienden sus consultas o reclamos. Se da, por ejemplo, cuando se cuenta con procesos simples y eficientes, cuando se cuenta con un número suficiente de personal, cuando se le capacita al personal para que brinden una rápida atención, etc.



Fuente: Rapidez en la atención
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Clasificación en rapidez de atención al usuario
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: La atención brindada por parte del personal debe ser rápida clara y concisa para poder satisfacer toda y cada una de las necesidades brindadas por parte de los clientes.

ESTRATEGIA N°4

2.4. Ambiente agradable

DEFINICIÓN: Es un ambiente acogedor en donde el cliente se siente a gusto. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores le dan al cliente un trato amable y amigable, cuando el local del negocio cuenta con una buena decoración, una iluminación adecuada, una música agradable, etc.



Fuente: Ambiente agradable
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Pasos de tener un mejor ambiente agradable
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: El cliente siempre debe sentirse en un ambiente acogedor por ende el personal es el encargado de buscar las mejores estrategias para que pueda hacer posible este tipo de ambiente sea acogedor y agradable.

ESTRATEGIA N°5

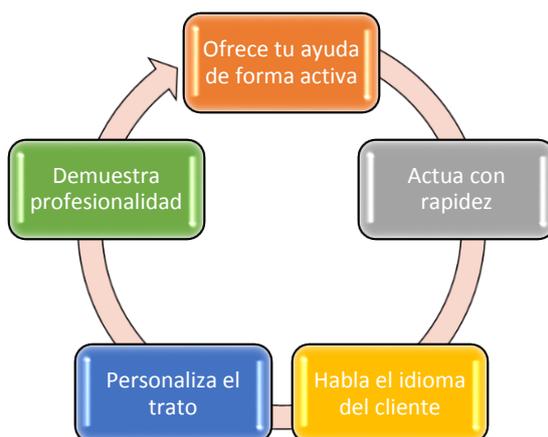
2.5. Comodidad

DEFINICIÓN: hace referencia a la comodidad que se le brinda al cliente cuando visita la institución. Se da, por ejemplo, cuando las instalaciones cuentan con espacios lo suficientemente amplios como para que el cliente se sienta a gusto, sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular, un lugar en donde pueda guardadas sus pertenencias.



Fuente: Comodidad
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Comodidad
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: El cliente necesita sentirse cómodo y satisfecho cuando asista a las instalaciones del municipio por ende se debe tratar de satisfacer todas las necesidades y problemas que el cliente presente al momento de ser atendido.

ESTRATEGIA N° 6

2.6. Si quieres satisfacer al cliente, brinda más de lo que espera

DEFINICIÓN: Conoce a tu cliente y podrás satisfacerles mucho más. No te conformes con una atención estándar, si no que ve más allá y logra conocer las necesidades, deseos y aficiones de tu clientela, pudiendo así utilizarlo en tu beneficio.



Fuente: Satisfacción en atención al cliente
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Pasos de satisfacción al cliente
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Para satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes se debe darles más de lo que pidan y brindarles la mayor confianza posible para que puedan sentirse cómodos y satisfechos con la atención.

ESTRATEGIA N° 7

2.7. Para el cliente, siempre marcas la diferencia

DEFINICIÓN: Un buen servicio personal al cliente marca la diferencia. Es tal la importancia que puede suponer la fidelidad o no del cliente para con la empresa.



Fuente: Clientes satisfechos
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Virtudes del cliente
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Al momento de brindar atención a al cliente se debe marcar la diferencia para brindar satisfacción y agradecimiento por parte de las personas que buscan solucionar sus problemas en el municipio.

ESTRATEGIA N° 8

2.8. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos

DEFINICIÓN: Los empleados propios son los primeros clientes de una empresa, si no se les satisface a ellos no se puede pretender satisfacer al cliente final. Tener a la plantilla contenta y feliz es el primer paso del proceso.



Fuente: Cliente insatisfechos
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Determinar al cliente
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Para mejorar la atención al cliente se debe tomar en cuenta las falencias que existen en nuestro comportamiento hacia ellos, por es recomendable tener capacitaciones constantes sobre este tema tan importante.

ESTRATEGIA N° 9

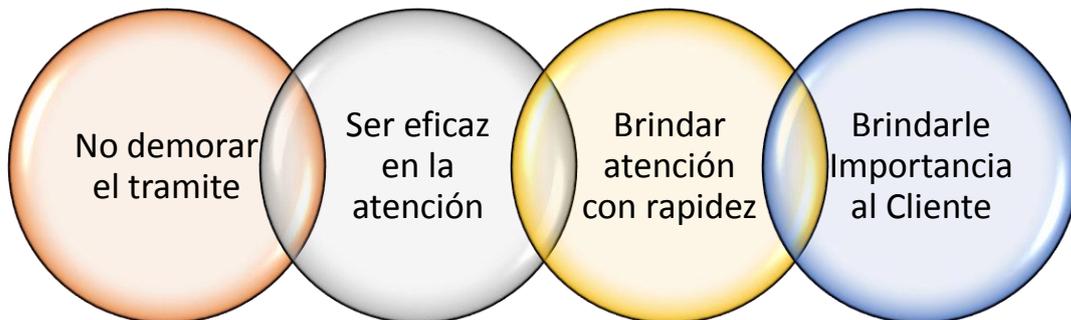
2.9.El cliente se encarga del juicio sobre la calidad en el servicio

DEFINICIÓN: El cliente siempre tiene la razón. Si un cliente queda insatisfecho con la atención al cliente es porque realmente algo se ha hecho mal.



Fuente: Calidad de servicio
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Clasificación de la calidad del servicio
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Si no se brinda una buena atención al cliente éste se encarga de difamar dicha atención afuera de las instalaciones de la institución o empresa, por ende, se debe bríndale la mejor atención posible para poder satisfacer sus necesidades.

ESTRATEGIA N°10

2.10 Un servicio, por bueno que sea, siempre es susceptible de mejorar

DEFINICIÓN: Por muy bueno que parezca el servicio, siempre va a estar sujeto a mejora. Conformarse no debe ser nunca la opción y es por ello que siempre hay que plantear nuevos objetivos e intentar mejorar.



Fuente: Servicio al cliente
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Clasificación atención al cliente
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Sebe tratar siempre de mejorar la atención al cliente para poder cubrir y satisfacer cada una de las necesidades planteadas por los clientes que asisten a las instalaciones del municipio.

UNIDAD III

3. RELACIONES HUMANAS

Es el contacto que llevan las personas al comunicar sus pensamientos, enriqueciéndolos con la de los demás respetando los diferentes esquemas, es la interacción armónica de la sociedad, es decir, de una o más personas o un grupo de individuos en lo que es necesario respetar las ideas de cada persona.

3.1. Importancia De Las Relaciones Humanas

Son específicamente las interacciones entre personas en un grupo, se basan principalmente en los vínculos existentes entre los miembros de la sociedad gracias a la comunicación que puede ser de diversos tipos: visual, no verbal, lenguaje de imágenes, lingüístico, comunicación oral, afectiva.

3.2. Definición

Es saber ser y actuar de manera educada, poniendo en práctica valores en nuestra vida diaria, se debe saber ser una persona, y el resto llegara fácilmente, siempre y cuando se mantenga las buenas relaciones humanas.



Fuente: Relaciones Humanas
Elaborado por: Grace Ulquiango

ESTRATEGIA N° 1

3.1.Relaciones interpersonales

DEFINICIÓN: Son aquellas que se manejan entre dos o más personas, es la interacción diaria de los seres humanos, ya sea en el trabajo, en la escuela, en el hogar u otros.



Fuente: Relaciones Interpersonales
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Clasificación de las relacione humanas
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Las estrategias creadas permiten mejorar las relaciones interpersonales con el resto de compañeros, para así crear un ambiente de trabajo ameno y fructuoso en la institución.

ESTRATEGIA N° 2

3.2. Manejo de conflictos en la institución

DEFINICIÓN: Los conflictos dentro de una institución se producen por la falta de comunicación y por los desacuerdos que existen entre compañeros de trabajo.



Fuente: Manejo de conflictos
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Clasificación de manejo de conflictos
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: El manejo de conflictos permite mejorar la actitud de las personas y el clima laboral, para evitar desacuerdos y aspectos negativos que perjudiquen el desarrollo de las actividades en la institución.

ESTRATEGIA N° 3

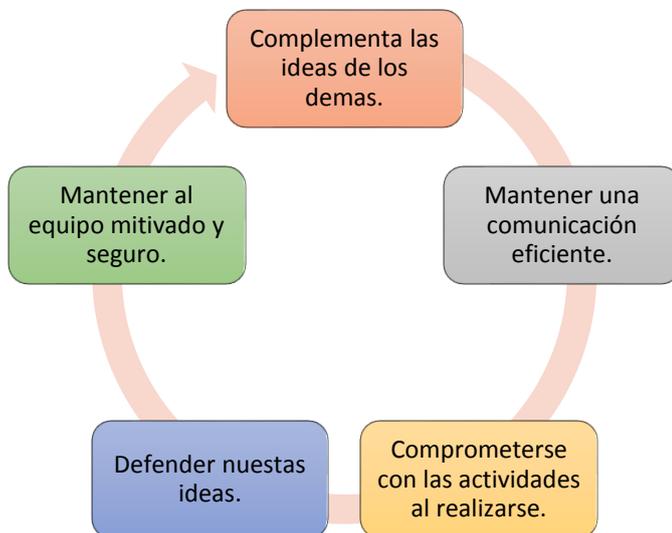
3.3.El trabajo en equipo

DEFINICIÓN: Es imprescindible manejar un buen trabajo de equipo en la institución, ya que, de ellos depende que las actividades sean realizadas de manera más productiva y creando un ambiente de trabajo solidario y conjunto.



Fuente: Trabajo en equipo
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Clasificación de trabajo en equipo
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: El trabajo en equipo permite mantener un ambiente colaborativo, organizado, en el cual todos trabajen de manera coordinada y muestren interés sobre el desempeño de la institución.

ESTRATEGIA N 4

3.4. La comunicación y las relaciones interpersonales

DEFINICIÓN: La buena comunicación es indispensable para manejar buenas relaciones interpersonales, si se maneja una buena comunicación afectiva, las relaciones mejoran y por ende las actividades realizadas dentro de la institución.



Fuente: Comunicación y relaciones humanas
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Pasos comunicación y relaciones humanas
Elaborado por: Grace Ulquiango

Conclusión: Estas estrategias permiten mejorar la comunicación de las relaciones interpersonales de la institución, para mejorar el ambiente laboral, tomando las mejores decisiones que aporten al desarrollo de la institución evitando posibles conflictos.

ESTRATEGIA N 5

3.5. Gestión de los recursos humanos

DEFINICIÓN: La calidad, la productividad, la rentabilidad, la satisfacción de los clientes y la imagen del municipio dependen en gran medida de la formación, la coordinación y la motivación de su plantilla. Para que el GAD Municipal del Cantón Otavalo funcione adecuadamente es preciso que las personas que la integran sepan, quieran y puedan trabajar de forma adecuada.



Fuente: Gestión de recursos humanos
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Clasificación de gestión de recursos humanos
Elaborado por: Grace Ulquiango

CONCLUSIÓN: Esta gestión nos ayuda a mejorar e identificar la responsabilidad que debemos de tener al momento de relacionarnos con otras personas o entre compañeros y siempre estar motivados para realizar las tareas encomendadas.

ESTRATEGIA N 6

3.6.EVALUACIÓN DEL CLIMA LABORAL

DEFINICIÓN: Esta técnica de diagnóstico permite obtener una evaluación objetiva del grado de satisfacción de las personas de la institución, conocer sus necesidades y expectativas en el trabajo y su percepción de los problemas existentes.



Fuente: Evaluación del clima laboral
Elaborado por: Grace Ulquiango

PROCESO



Fuente: Clasificación de la evaluación del clima laboral
Elaborado por: Grace Ulquiango

CONCLUSIÓN: Es importante realizar la evaluación del clima laboral en la institución para verificación de cómo está el funcionamiento entre los funcionarios y subalternos para el desarrollo y mejora de cada día.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber concluido mi trabajo de investigación, se ha llegado a las siguientes conclusiones y recomendaciones.

CONCLUSIONES

- Con base en la investigación aplicada, se logró conocer el problema de la mala aplicación de estrategias de comunicación interna y relaciones interpersonales, y así se buscó la propuesta de un manual para de mejorar dichos aspectos.
- Se identificó los valores que el personal que labora y las autoridades de la institución no ponen en práctica, los mismos que al no ser aplicados crean aspectos negativos para el desenvolvimiento de la institución.
- Se planteó a las autoridades las consecuencias que trae el no aplicar las Estrategias de comunicación en el trabajo y de cómo influye en la atención al cliente.
- Se identificó las necesidades de la buena comunicación ya que contribuyen al mejoramiento de la atención al cliente y al desempeño exitoso de las actividades realizadas en la institución.

RECOMENDACIONES

- Conocer más sobre las estrategias de comunicación y las relaciones interpersonales posibles, para aplicarlas en la institución con el fin de mejorar en todos los aspectos necesarios.
- Implementar más valores institucionales para mejorar las relaciones interpersonales entre el personal y las autoridades.
- Aplicar estrategias de comunicación para mejorar el clima laboral y dar una mejor atención al cliente.
- Mantener relaciones positivas entre todos quienes forman parte de la institución para que a si su desempeño laboral sea fructuoso y los clientes se sientan seguros de confiar en las personas que laboran en la institución.

SECCIÓN DE REFERENCIAS

- **Comunicación:** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y receptor.
- **Ponderar:** Considerar o examinar con imparcialidad un asunto.
- **Eficiencia:** Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.
- **Administración:** Acción de administrar una oficina o empleo de administrados.
- **Comunidad:** Conjunto de personas que viven juntas bajo ciertas reglas o que tiene los mismos intereses.
- **Recado:** Mensaje que se envía o se recibe de palabra o por escrito y en el que se da una respuesta o se comunica una noticia.
- **Simpatía:** Simpatía: Sentimiento, generalmente instintivo, de afecto o inclinación hacia una persona o hacia su actitud o comportamiento, que provoca encontrar agradable su presencia, desear que las cosas le salgan bien.
- **Sustentable:** Que se puede sustentar o defender con razón.
- **Filosofía:** Conjunto de reflexiones sobre la esencia, las propiedades, las causas y los efectos de las cosas naturales, especialmente sobre el hombre y el universo.
- **Retroalimentación:** Método de control de sistema.
- **Corporación:** Organismo oficial constituido por un conjunto de personas que se reúnen para decidir asuntos científicos, económicos, etc., de interés general.
- **Déficit:** Cantidad que falta a los ingresos para que se equilibren con los gastos.
- **Interacción Humana:** Es el estudio de la conducta de los grupos humanos científicos

Sociales estudian esta conducta limitándose en ciertos segmentos como el hombre

Económico, el hombre religioso, entre otros, solo se fundamenta en la interacción de la sociedad.

- **Repercusiones:** Influencia de determinada cosa en un asunto o efecto que causa en él.
- **Recado:** Mensaje que se envía o se recibe de palabra o por escrito y en el que se da

Una respuesta o se comunica una noticia.

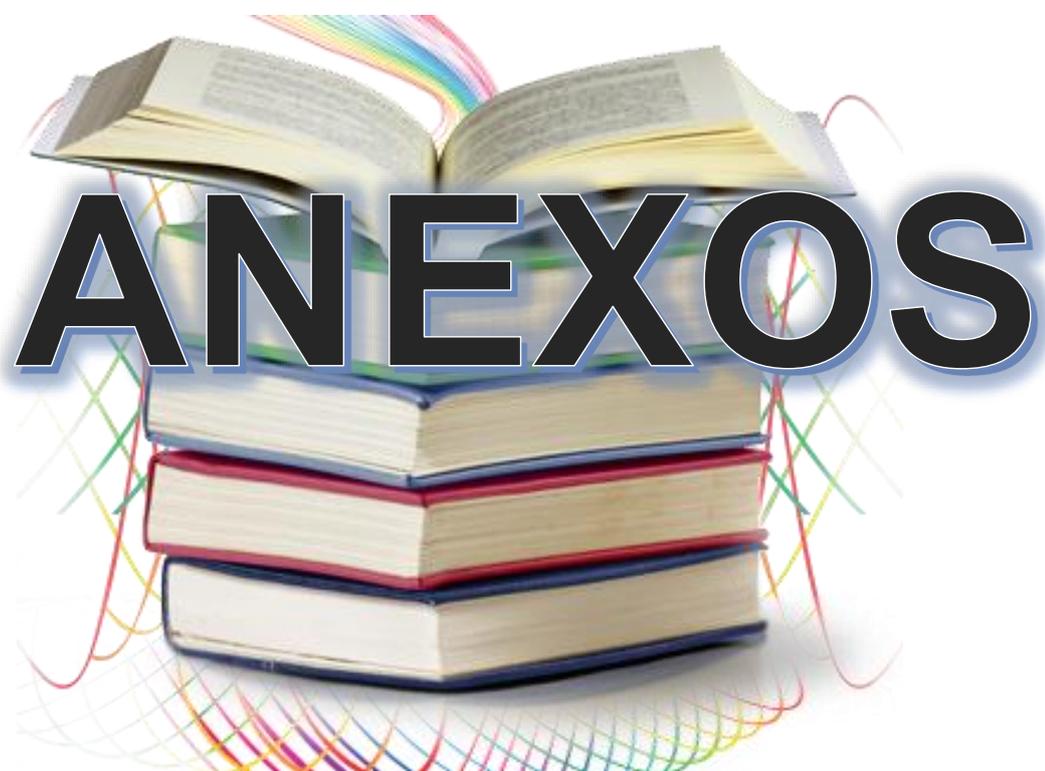
- **Simultáneamente:** De forma simultánea, al mismo tiempo.
- **Deficiencia:** Estado o cualidad de cosas personas que es deficiente.
- **Eficiencia:** Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.
- **Asertivo:** afirmativo. Dicho de una persona: que expresa su opinión de manera firme.
- **Axiológica:** teoría de los valores
- **Prosémica:** Estudia los espacios de proximidad para la interacción de comunicación, la conducta palpable y la apariencia física.
- **Relación:** conexión, correspondencia, trato, comunicación de alguien con otra persona.
- **Semántica:** significado real de las palabras.
- **Simétrico:** dicho de un predicado: que léxicamente tiene significado recíproco e implica idéntica participación de dos o más seres en alguna acción o situación.
- **Sintonía:** coincidencia de ideas y opiniones.
- **Sintaxis:** parte de la gramática que estudia el modo en el que se combinan las palabras y los grupos que estas forman para expresar significados, así como las relaciones que se establecen entre todas esas unidades.

- **Hostilidad:** Actitud de enemistad o antipatía hacia una o más personas.
- **Transparentar:** Dejar entrever algo que, a través de indicios se intuye o percibe o intuye indirectamente.
- **Análisis de documentos:** consiste en describir un documento en sus partes esenciales para su posterior identificación y recuperación.
- **Gestión:** Acción o trámite que, junto con otros, se lleva acabo para conseguir o resolver una cosa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alcántara. (2012). *Comunicación*.
2. Andrade Yàñez, G. J. (2013). *La actitud profesional de la secretaria y su influencia en la calidad del servicio y la atención al cliente*.
3. Andrade, H. (2010). *Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica*. Madrid, España.
4. Andrade, H. (2010). *Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica*. Madrid, España: Gesbiblo S.L.
5. Arenal, C. (2018). *Técnicas de información y atención al cliente*. La Rioja: formación.
6. Aristizábal, A. (2011). *Relaciones Humanas*. Edición de Arthur Bubscher.
7. Aroca, P. y. (2016). *Formación y orientación laboral*. Madrid, España : Paraninfo.
8. Brown, A. (2004). *Atención al cliente*. MC GRAW- HILL.
9. Buenaño, D. (2014). *Comunicación 360, herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad*. FSCS.
10. Carolina, P. (2007). *Calidad en atención al cliente*.
11. Castillo, A. &. (2016). *Protocolo y Relaciones Públicas*. Síntesis S.A.
12. Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional*. Bogotá : ECOE.
13. Castro, D. (2015). *Comunicación*.
14. Collado, C. F. (2005). *Anuario de la investigación de la comunicación*.
15. Craven, R. (2011). *El cliente es el Rey*. edición 2.
16. Desatnick, R. L. (2003). *atención al cliente*. Colección de business.
17. Duarte. (2011). *Importancia del servicio dentro de la organización*. Editorial 1.
18. Ecuador, A. N. (2008). *Asamblea Nacional del Ecuador*.
19. Fernandez & Fernandez, E. (2017). *Barreras de Comunicación Organizacional*.
20. Fernandez, R. (2017). *Comunicación aumentativa y trastornos de comunicación y el lenguaje*. Cordova_ Argentina : Brujas.
21. Galan, J. (2011). *La empresa humana. Las organizaciones empresariales y el hombre*. Madrid, España: Visión Libros.
22. Gutiérrez, A. (2007). *Relaciones humanas y relaciones familiares*. Pasto, Colombia : Universidad Mariana, 2º edición.

- 23.Herrera, H. (2011). *Responsabilidad Social y Ética empresarial*. Bogota, Colombia: ECOE.
- 24.Lindsay, E. &. (2003). *Norma ISO 9001*.
- 25.Martínez, A. (2011). *Relaciones humanas*. MAYA CIA LTDA .
- 26.Martinez, M. (2017). *Técnicas de comunicación en restauración*. España: Paraninfo.
- 27.Morale. (2006). *Comunicación herramienta estratégica de gestión empresarial*. Portafolio.
- 28.Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación*. Madrid: Dykinson.
- 29.Pérez, V. (2006). *Cañidad total e atencion al cliente*.
- 30.Raúl, S. (2010). *Comunicaciòn corporativa*. Madris: ELCTRA.
- 31.Ruiz, M. (2013). *Comunicar bien para ser feliz* . Peninsula.
- 32.Sanchez, I. (2013). *Comunicación oral y escrita en la empresa*. Magala, España: IC.
- 33.Serna, H. (2012). *relaciones con la servicio al cliente*.
- 34.Tarziján, J. (2013). *Fundamentos de estrategia empresarial*. Chile: Ediciones EC.
- 35.Torres, V. C. (2010). *Calidad total en la atencion al cliente* . Ideaspropias SL.





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL**

**Encuesta realizada al personal del departamento administrativo y funcionarios del
Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo.**

Orden: Marcar con una (x) dentro del paréntesis la alternativa que considere correcta.

1. Las órdenes y disposiciones importantes de trabajo que recibe usted de su jefe, es por medio de:

Comunicación oral

Documentos digitales

Documentos escritos

2. ¿Califique el ambiente interno de trabajo que existe entre todos sus compañeros del Municipio?

Excelente Bueno Regular

3. ¿Considera usted, que existen estrategias de comunicación para generar ideas necesarias que permitan optimizar los procesos y mejorar el servicio de atención al cliente?

Sí No

4. ¿Ha recibido usted cursos, talleres o charlas acerca del tema de la comunicación, por parte del GAD Municipal de Otavalo?

Sí No

5. ¿Maneja usted canales de comunicación, ejemplo: correo electrónico, intranet; o, documentos digitalizados: oficios, escritos, formatos, formularios, entre otros, ¿para relacionarse laboralmente con las autoridades o compañeros del GAD Municipal de Otavalo?

Totalmente Parcialmente No maneja

6.- ¿Emplea el GAD Municipal de Otavalo herramientas de comunicación ejemplo, buzón de sugerencias, cartelera, mensajería instantánea, entre otros; para que usted difunda sus ideas, sugerencias, dudas y obtenga información necesaria para realizar su trabajo eficientemente?

Sí No

7. ¿Cada qué tiempo se reúne con su jefe superior para tratar asuntos relacionados con los clientes?

Diariamente Semanalmente Mensualmente

8. ¿Qué tipo de comunicación utiliza para relacionarse con los usuarios del GAD Municipal de Otavalo?

Lenguaje formal o técnico

Lenguaje informal o sencillo

Lenguaje formal e informal

9. ¿Cuándo hay conflictos con los usuarios o malos entendidos por falta de comunicación, ¿qué actitud toma usted?

Se involucra en el conflicto

Evita el conflicto

Es indiferente

10. Considera que en el ambiente de su trabajo existen:

a) Distracciones que disminuyen la efectividad de su trabajo

b) Es apropiado para ejercer su labor

c) No es muy adecuado

11. ¿Le gustaría capacitarse mediante talleres integradores de comunicación estratégica y atención al cliente para su participación activa?

Sí No



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

Encuesta realizada a los usuarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo.

Orden: Marcar con una (x) dentro del paréntesis la alternativa que considere correcta.

1. ¿Considera usted que el servicio de atención al cliente que prestan las secretarías es de calidad?

Sí No

2. ¿Cómo considera el desempeño de las secretarías en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón?

Diariamente Semanalmente Mensualmente

3. ¿En qué ámbitos cree usted que el personal que labora en el municipio debe ser capacitado?

Atención al cliente
Buena comunicación
Relaciones Humanas

4. ¿Las secretarías reciben de forma oportuna y eficiente la información que requiere para realizar un trámite?

De acuerdo
Totalmente de acuerdo
En desacuerdo

5. ¿Cree usted que el personal que labora en el municipio está capacitado para desempeñar el cargo que ocupa?

Sí No

6. ¿Está usted de acuerdo que las secretarías que laboran en el municipio sean capacitadas en temas de comunicación y atención al cliente?

Diariamente Semanalmente Mensualmente

7. ¿Sus quejas y reclamos son atendidos oportunamente por parte del personal administrativo?

Sí No

8. ¿Qué tiempo cree usted que es considerable que una secretaria se tarde para solucionar su trámite

30 minutos 1 hora más de un día

9. ¿Existe una buena atención al cliente por parte de las secretarias cuando usted asiste a la institución?

Siempre Casi siempre Nunca

10. ¿Seleccione los tipos de comunicación que utiliza el municipio para llegar hacia usted con la información?

Radio Televisión Periódico

