

## **CAPITULO I**

### **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Antecedentes.**

Las instituciones estatales y del aparato productivo se evidenciaron al final del siglo pasado, cuando no hubo capacidad para enfrentar adecuadamente factores adversos como el fenómeno de El Niño (1998) y la crisis bancaria (1999), que determinaron un incremento de la pobreza de 12,84% entre 1995 y 1999, hasta alcanzar el 52,18% de la población del país, todo ello afectó de manera directa al deterioro de las Instituciones públicas, perdiendo credibilidad y sintonía con los usuarios internos y externos como fue el caso del Ministerio del Ambiente.

El Ministerio del Ambiente es el organismo del Estado ecuatoriano encargado de diseñar las políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Propone y define las normas para conseguir la calidad ambiental adecuada, con un desarrollo basado en la conservación y el uso apropiado de la biodiversidad y de los recursos con que cuenta nuestro país.

La Dirección Provincial Ambiental es una Institución que pertenece al Estado la cual ofrece varios servicios a la ciudadanía. Sin embargo ésta no cumple con las expectativas que necesita cubrir el grado de satisfacción del usuario, ya que la falta de organización tanto de los funcionarios como del usuario conlleva al desorden en cada Unidad de la Institución.

## **1.2. Planteamiento del Problema**

La debilidad de las instituciones públicas es la pérdida de credibilidad institucional, por falta de una adecuada atención al público debido al limitado conocimiento de los talentos humanos sobre servicios con calidad y calidez, agravada por ausencia de proceso administrativo que ayude a cumplir sus funciones y volverlos mas operativos, trabajando con procesos e indicadores de gestión.

La mayoría de las personas acuden a ésta dependencia con el propósito de realizar un trámite obligatorio o de carácter personal, lo cual esperan que sean tramitados en el menor tiempo posible pero, la realidad es que acontece en ciertas ocasiones todo lo contrario. Por ejemplo:

La falta de seguimiento a los procesos, comunicación e información entre unidades; sería otra de las causas para el retraso en la recepción y entrega de trámites.

El involucramiento de sus problemas personales y familiares en su desempeño, el estrés, problemas de salud, entre otras, provocan la acumulación de trabajo.

Además, se pudo observar que el retraso de trámites, es provocado por la falta de innovación profesional en los funcionarios con la nueva tecnología.

Ante estos antecedentes, es importante que se plantee estrategias alternativas de comunicación interna, para que el usuario se sienta orientado

y satisfecho por la atención brindada por parte de los funcionarios de la institución.

Al implementar nuevas estrategias alternativas de comunicación va a permitir brindar una buena atención al público en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura, insertadas en la cultura organizacional a través de los medios y soportes adecuados, cubrirá las necesidades que muestran los usuarios y grupos que componen dicha organización; además el propósito de este trabajo investigativo se centra a aquellas personas que tramitan documentos en dicha entidad, ya que esperan ser atendidos apropiadamente.

Estamos viviendo una época de cambios profundos, como producto de la consolidación de nuevos modelos a nivel local, regional y nacional, la vigencia y vivencia de esta nueva época, nos plantea varios retos y oportunidades, como por ejemplo: la necesidad de elevar nuestros niveles de eficiencia y eficacia para responder a los usuarios y establecer articulaciones entre comunidades y el Ministerio del Ambiente, a través de un proceso participativo y comunicativo. Por tal motivo, como investigadoras hemos visto la necesidad de aportar con esta investigación en la búsqueda de estrategias innovadoras para que exista una comunicación interna de calidad y poder cumplir con el mejoramiento institucional.

### **1.3. Formulación del Problema.**

De las consideraciones antes anotadas, las investigadoras formulan el siguiente problema:

## **¿Las estrategias alternativas de comunicación mejorarán en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura?**

### **1.4 Delimitación.**

#### **1.4.1. Unidades de Observación**

La investigación se desarrolló con los funcionarios administrativos que laboran en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura y con los usuarios que visitaron esta dependencia, en un total de 31 funcionarios y 105 clientes externos en el transcurso de una semana.

#### **1.4.2. Delimitación Espacial.**

Se desarrolló esta investigación en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura

#### **1.4.3. Delimitación Temporal.**

El objeto de estudio estuvo determinado desde el mes de Febrero hasta agosto del 2009.

### **1.5. Objetivos.**

#### **1.5.1. Objetivo General**

Mejorar la comunicación interna en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura para brindar una buena atención al público, mediante estrategias alternativas de comunicación.

### **1.5.2. Objetivos Específicos.**

1. Diagnosticar la situación comunicativa entre los funcionarios de la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura,
2. Identificar las estrategias de comunicación interna utilizadas en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura.
3. Elaborar una guía de estrategias alternativas de comunicación interna, que ayuden a mejorar la atención e información al usuario que acude a realizar sus respectivos trámites.
4. Validar la guía de comunicación interna con expertos y entregar la propuesta a las partes involucradas en esta investigación.

### **1.6. Justificación.**

La misión de los servidores públicos, exige una preparación técnica, adecuada, con experiencia profesional amplia, y no solo conformarse con recibir una remuneración. De ahí que, escogimos este tema para dar una posible solución a las falencias que la institución actualmente posee. Los funcionarios que tienen la oportunidad de tratar con usuarios, tanto internos como externos requieren de una buena comunicación; es fundamental que tenga un carácter abierto, adaptable, ágil, a todo lo que pasa por sus manos, en definitiva deben ser activos y dinámicos.

Con este documento se beneficiarán los funcionarios que laboran en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura y los usuarios que visitan esta dependencia, con la finalidad de cumplir con una excelente atención y comunicación. Este trabajo se considera como un aporte social; a medida que la investigación se desarrolle, se espera corregir errores que ocasionan las falencias de atención al público, dando un mayor grado de dominio, seguridad, agilidad y pertinencia en su actividad laboral.

### **1.7 Factibilidad**

Es factible, por cuanto se cuenta con el apoyo que brinda la institución, con su representante el Director, funcionarios que laboran en ésta dependencia y con los usuarios que visitan la misma.

El financiamiento de este trabajo de tesis desde su inicio hasta su culminación corre a cargo de las investigadoras.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO.

#### 2.1. Fundamentación Teórica

El presente trabajo investigativo es un tema de gran interés para las futuras profesionales en secretariado ejecutivo, servidores públicos y público en general; puesto que, en la actualidad las instituciones dan más interés en la administración de cómo debemos dirigir, administrar los recursos económicos, humanos e insumos; dejando inadvertido el servicio al público y que cada día se preocupa en crecer, pero no se toma importancia al buen servicio y atención que brinda.

Según David J. Fox en su libro. El proceso de investigación en educación Pág. 147. Manifiesta que al presentar **“Las fundamentaciones tienen que ser con distinción para convencer al lector entre sus resúmenes de pensamiento de los demás y el análisis crítico de ese pensamiento”**

#### 2.2. Estrategias

Según Microsoft ® Encarta ® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation, señala el concepto de estrategia: **“La estrategia es el conjunto de decisiones fijadas en un determinado contexto o plano, que**

**proceden del proceso organizacional y que integra misión, objetivos y secuencia de acciones administrativas en un todo independiente”.**

La estrategia es la creación de una posición única y valiosa, que implica un conjunto diferente de actividades. Si sólo hubiera una posición ideal, no habría necesidad de estrategia. Las empresas enfrentarían un imperativo simple: ganar la carrera por descubrir y adueñarse de la posición.

En las estrategias, se describe cómo se lograrán los objetivos generales de la institución de manera eficaz y correcta; es decir, ¿qué acciones de intervención ayudarán a la organización a cumplir con su Misión?

Las estrategias planteadas para lograr un objetivo u objetivos, deberán complementarse unas a otras, ya que el planteamiento de la estrategia viene a ser la respuesta a:

### **2.2.1. Estructuración de las Estrategias**

Mario Rovere plantea la estructuración de las Estrategias por niveles:

- **Nivel I:** En este nivel, la Estrategia se considera sinónimo de "Cómo lograr los Objetivos".
- **Nivel II:** En este nivel se acepta la detección de ciertos obstáculos y de factores facilitadores que deben ser tenidos en cuenta. Se refiere



a las circunstancias o hechos que se interponen entre el presente y la situación objetivo.

- **Nivel III:** Cuando los obstáculos y factores facilitadores no son hechos o circunstancias, sino sujetos que piensan y controlan recursos de poder, es decir, que voluntariamente pueden obstaculizar o facilitar el alcance de nuestros objetivos. Se refiere a una confrontación bajo reglas.
- **Nivel IV:** Las estrategias deben enfrentar situaciones en las que las reglas mismas son parte de lo que se disputa.

### **2.2.2. Selección de Estrategias**

1. Enfocar adecuadamente la situación actual, como la apreciamos o percibimos (incluye a todos los miembros del establecimiento), es decir, observar nítidamente todos los actores y condiciones que conforman los escenarios reales y posibles en el ámbito de trabajo de la institución.
2. Identificar acciones que respondan a la misión, visión y valores previamente definidos.

3. Asegurar concentración en lo importante y que lo ya iniciado tenga continuidad.
4. Buscar orientaciones eficientes que promuevan simultáneamente, una economía de los recursos y una disminución de las discrepancias de los diferentes actores.
5. Realizar una observación multitemporal y multidimensional de la situación, así como de las consecuencias que se pueden derivar de las acciones que sobre esa situación vayamos a ejecutar; es decir, debemos pensar a futuro.
6. Tratar de encadenar una estrategia en aplicación con el surgimiento de la siguiente.
7. Evitar los errores derivados de la "seguridad" de la certeza y la definición de predicciones sociales.
8. Enfatizar una disposición crítica y asertiva. Las estrategias no son ni buenas ni malas sólo son adecuadas o inadecuadas frente a una situación concreta.
9. Tratar de construir el futuro deseado, más que pensar en el futuro, es lo sustantivo en el pensamiento estratégico.
10. Procurar la percepción concurrente de los momentos descriptivo, explicativo, normativo, estratégico, operativo y evaluativo, en el marco de los valores que sustentan la visión y la misión, puesto que estos momentos se pueden dar o dan simultáneamente

En definitiva la estrategia se basa en actividades únicas, así por ejemplo

La estrategia competitiva significa ser diferente. Quiere decir escoger deliberadamente un conjunto distinto de actividades para brindar una mezcla única de valor. La mayoría de los gerentes describe el posicionamiento en términos de sus clientes, sin embargo, la esencia de la estrategia yace en las actividades: decidir realizar las actividades de manera distinta, o ejecutar actividades diferentes de los rivales.

### **2.2.3. Posiciones Estratégicas**

La mayoría de los gerentes conciben en forma intuitiva su actividad en términos de necesidades de los clientes que ellos están satisfaciendo. No obstante, un elemento crítico del posicionamiento basado en las necesidades no es en absoluto intuitivo, y a menudo se lo pasa por alto.

Las diferencias en las necesidades no se convertirán en posiciones significativas a menos que el conjunto óptimo de actividades para satisfacerla también difiera. Si ese no fuera el camino, todos los competidores podrían satisfacer las mismas necesidades, y no habría nada único ni valioso respecto al posicionamiento.

El posicionamiento es dividir a los clientes que son accesibles en distintas formas. Aunque sus necesidades son similares a las de otros clientes, la configuración óptima de actividades para alcanzarlos es distinta. A esto Porter le llama posicionamiento basado en el acceso. El acceso puede ser función de la ubicación geográfica o la escala de un cliente, o de cualquier

otra cosa que requiera un conjunto diferente de actividades para alcanzar a los clientes de forma óptima.

#### **2.2.4. Posición Estratégica Sostenible Requiere Disyuntivas.**

Sin embargo escoger una posición única no es suficiente para garantizar una ventaja sostenible. Una posición valiosa atraerá imitación por parte de los que ya están en el mercado, que probablemente la copiarán. Por ello, una posición estratégica, no es sostenible a menos que existan disyuntivas respecto a otras posiciones. Estas disyuntivas se presentan cuando las actividades son incompatibles. Dicho en forma sencilla, una disyuntiva significa que para que haya más de una cosa se requiere menos de la otra.

Las disyuntivas surgen por tres razones. La primera es la inconsistencia en la imagen empresarial. La segunda surge de las mismas actividades: diferentes posiciones requiere diferentes actividades, diferentes conductas del personal, otras habilidades, diferentes sistemas de administración, etc. Finalmente, las disyuntivas surgen de límites a la coordinación y al control interno: al decidir la alta gerencia como competir, aclara las prioridades y evita confusiones en su personal.

Durante la última década, conforme los gerentes han ido mejorando la eficacia operativa, han adoptado la idea de que eliminar las disyuntivas es algo bueno. Sin embargo, si no hay disyuntivas las empresas nunca tendrán una verdadera ventaja sostenible. Sólo tendrán que limitarse a correr para mantenerse en el mismo lugar.

Al regresar a la pregunta ¿Qué es la estrategia?, Vemos que las disyuntivas agregan una nueva dimensión a la respuesta. La estrategia es hacer elecciones para competir. La esencia de la estrategia es decidir lo que no se hará. Sin disyuntivas no habría necesidad de elegir y por tanto no se necesitaría estrategia.

Cualquier idea buena podría imitarse rápidamente, y otra vez, el desempeño dependería totalmente de la eficiencia.

### **2.2.5. Estrategias: Ventaja Competitiva y la Sostenibilidad**

Las elecciones de posicionamiento no solo determinan que actividades ejecutarán una compañía y como configurará las actividades individuales, sino también la forma en que las actividades se relacionan entre sí. Mientras que la eficacia operativa tiene que ver con el logro de excelencia en las actividades o funciones individuales, la estrategia se relaciona con combinar actividades. El ajuste excluye a los imitadores, creando una cadena que es tan fuerte como su eslabón más fuerte. Esa es la forma en que el ajuste estratégico crea ventaja competitiva sustentable y rentabilidad superior.

El ajuste estratégico entre muchas actividades es fundamental, no solo para la ventaja competitiva sino para la sostenibilidad de esa ventaja. Es más difícil que un rival pueda copiar una serie de actividades entrelazadas, que simplemente imitar un enfoque particular de fuerza de ventas, equiparar una tecnología de proceso o reproducir un conjunto de características de producto. Un competidor que trata de copiar un sistema de actividades gana poco imitando solamente ciertas actividades y no la totalidad.

Por ello, las posiciones estratégicas deben tener un horizonte de una década o más, no de un ciclo de planeamiento ya que la continuidad fomenta las mejoras en las actividades individuales y el ajuste, permitiendo a una organización crear aptitudes y destrezas únicas ajustadas a su estrategia, a la vez que refuerza su identidad.

¿Qué es la estrategia? Ahora podemos completar la respuesta a esta pregunta. Estrategia es crear ajuste entre las actividades de una entidad.

El éxito de una estrategia depende de hacer bien muchas cosas, no sólo unas cuantas, e integrarlas. Si no hay ajuste entre actividades no hay estrategia distintiva y hay poca sostenibilidad. La administración vuelve a ser la simple tarea de supervisar funciones independientes, y la eficacia operativa determina el desempeño relativo de la organización.

#### **2.2.6. Redescubrir las Estrategias**

¿Por qué tantas instituciones no tienen una estrategia? ¿Por qué los gerentes se abstienen de hacer elecciones estratégicas? Los gerentes han llegado a confundirse respecto a la necesidad de hacer elecciones. Puede parecer que una empresa bien manejada debe ser capaz de superar a sus rivales ineficaces en todas las dimensiones a la vez.

Habiendo sido enseñados por pensadores populares de gerencia que ellos no tienen que hacer elecciones, los gerentes han adquirido la idea que escoger es una señal de debilidad y, exhortados en términos de revolución,

corren detrás de cada nueva tecnología que aparece. Atrapados en la carrera por lograr eficacia operativa, muchos gerentes simplemente no entienden la necesidad de tener una estrategia.

Entre todas las influencias, el deseo de crecer tiene quizá el efecto más perjudicial sobre la estrategia. Servir a un grupo de clientes y excluir a otros, por ejemplo, plantea un límite que parece limitar el crecimiento. Los gerentes se ven constantemente tentado a tomar medidas que sobrepasan esos límites pero que erosionan la estrategia empresarial.

Los arreglos y las inconsistencias en la búsqueda de crecimiento, erosionarán la ventaja competitiva que una empresa tenía con sus variedades originales o sus clientes objetivos.

El desafío de elaborar o restablecer una estrategia clara es principalmente organizacional y depende de los líderes. En muchas empresas el liderazgo ha degenerado en lograr mejoras operativas y en hacer tratos, expresa Michael Porter en la Revista INCAE. Sin embargo, el papel del líder es más amplio y mucho más importante. La gerencia general es más que la administración de funciones individuales. Su núcleo es la estrategia: definir y comunicar la posición particular de la empresa, hacer elecciones y lograr ajuste entre las actividades.

La estrategia hace igualmente importante lo que no se hace que lo que sí debe hacerse. De hecho, la fijación de límites es otra función de los líderes. Decidir a qué grupo objetivo de clientes, variedades y necesidades debe servir la empresa es fundamental para desarrollar una estrategia. Pero también lo es decidir no servir a otros clientes o necesidades y no ofrecer ciertos servicios o características. Por lo tanto una estrategia requiere constancia, disciplina y comunicación clara. De hecho, una de las funciones

más importantes de una estrategia explícita y comunicada es guiar a los empleados al hacer elecciones que surgen debido a disyuntivas en sus actividades individuales y en las decisiones cotidianas.

### **2.3. La Comunicación**

Según Seminario Internacional de Comunicación Internacional; Facilitador: Dr. Gustavo Barceló **“La palabra comunicación viene del latín communis, común, de aquí se deriva que el comunicador desee establecer una comunidad de información con otro receptor”**.

Existen diferentes conceptualizaciones del término comunicación, los recogeremos de forma sencilla y diremos que:

La comunicación es la transmisión de información y entendimiento mediante el uso de símbolos comunes. Estos símbolos pueden ser verbales o no verbales

#### **2.3.1. Comunicación Efectiva**

Se podría considerar que una comunicación es efectiva cuando reúne características, tales como:



- a) El mensaje que se desea comunicar llega a la persona o grupos considerados apropiados para recibirlos.
- b) La consecuencia de la comunicación es el cambio de conducta esperado en el receptor.
- c) Cuando no es unilateral, sino que estimula la retroalimentación al mensaje enviado (mensaje de retorno), ya que es igualmente importante saber escuchar, tanto como saber hablar.
- d) Cuando existe coherencia entre el lenguaje verbal y el corporal.
- e) Cuando se ha escogido el momento, las palabras y la actitud apropiada.

### **2.3.2. Tipos de Comunicación**

Basado en el libro “Relaciones Públicas. Principios, Casos y Problemas” de H. Franzier Moore, Bertrand R. Canfield por la editorial Continental; México 1987. y “Relaciones Públicas. Su administración en las organizaciones” de Jorge Ríos S. por la editorial Trillas; México, 1990; México 2007.(Internet explorer)

Existen tres tipos de comunicación, esta diferenciación depende de las características de los receptores:

1. Comunicación interpersonal.
2. Comunicación masiva.
3. Comunicación organizacional

### **2.3.3. La Comunicación Interpersonal**

Es aquella que se realiza generalmente cara a cara, entre dos individuos o un grupo reducido de personas.

Conversaciones cotidianas entre familiares, o también cartas entre amigos (comunicación escrita)

### **2.3.4. La Comunicación Masiva**

Está representada principalmente en los medios de difusión de información: radio, televisión, periódicos, revistas, internet, entre otros. El mensaje es enviado por un emisor y no hay respuesta inmediata, hay miles de receptores: viendo, oyendo o leyendo los mensajes.

### **2.3.5. Comunicación Organizacional**

La comunicación organizacional es aquella que instauran las instituciones y forman parte de su cultura o de sus normas.

En las empresas existe la comunicación interna y externa.

### **a) Comunicación Interna**

Se refiere al intercambio entre la gerencia de la organización y los públicos internos, es decir, empleados. Su función es hacer del conocimiento de los empleados lo que piensa la gerencia y que la gerencia también sepa el pensamiento de los empleados. La comunicación interna presenta difíciles problemas en una compañía grande, ya que debe ser transmitida por conducto de varios niveles de autoridad. En la transmisión, el significado del mensaje con frecuencia es mal entendido. En ocasiones los supervisores y trabajadores no interpretan la comunicación en el sentido de la intención de la gerencia, o ésta no está dispuesta a explicar políticas y acciones.

Dentro de este tipo de comunicación, existe la comunicación formal vertical que sigue la cadena organizacional de mandar hacia abajo desde la mayor autoridad por medio de varios niveles gerenciales hacia los trabajadores, misma que consiste de directrices formales, boletines, periódicos a empleados y mensajes verbales; y hacia arriba partiendo de los empleados por conducto de los varios niveles de autoridad hasta la alta gerencia. Así como la comunicación formal horizontal que se refiere a la comunicación entre ejecutivos, supervisores y jefes de grupo de un mismo nivel y autoridad, se lleva a cabo por medio de conferencias, juntas informativas y discusiones.

## **b) Comunicación Externa**

Esta tiene que ver con los públicos externos, es decir, consumidores, representantes o distribuidores, proveedores, agencias gubernamentales y legisladores, etc. Esta comunicación involucra tres elementos: el transmisor, el medio de comunicación y el receptor. La efectividad de la comunicación depende de estos tres. Si el transmisor es incompetente o el mensaje poco claro, el receptor no entiende el significado de la señal y ha fracasado el proceso de la comunicación.

La comunicación puede ser verbal, que consiste de palabras habladas y escritas, o no verbal, expresada por medio de acciones, gestos, expresiones faciales, música y figuras.

La comunicación es fundamental en la existencia de la comunidad moderna. Es así como las Relaciones Públicas constituyen una actividad por medio de la cual, las empresas, las organizaciones y los individuos, en igual forma los organismos gubernamentales buscan la comprensión y la colaboración de la comunidad a la que pertenecen.

El objetivo de las Relaciones Públicas es estimular a las personas o influir en ellas por medio de las comunicaciones, creando actitudes favorables de los diversos públicos hacia la organización, la respeten, la apoyen y le presten ayuda en los momentos de confusión. En otras palabras son actividades de una Industria, Asociación, Corporación, Profesión, Gobierno u otra organización, para promover y sostener sanas y productivas relaciones con personas tales como consumidores, empleados o comerciantes y con el público en general, para así adaptarse al medio ambiente en beneficio de la sociedad. Las actitudes favorables de estos

públicos son indispensables para que la empresa subsista y además se desarrolle.

### **2.3.6. Comunicación en Reuniones**

- a) Organizar espacios de comunicación para: informar, capacitar, reflexionar, tomar decisiones, entre otros.
- b) Contar con un espacio acorde y convocar a los participantes con la debida antelación.
- c) Aplicar materiales e instrumentos necesarios que sirvan de apoyo informativo.

### **2.3.7. Comunicación por Línea Abierta o Línea Directa**

- a) Es una línea telefónica donde todos pueden llamar y dejar sus preguntas, sugerencias, temores, etc. en un contestador.
- b) Pueden utilizarlo todos los integrantes de la organización y es obligatorio que, junto al mensaje, dejen su nombre y sector.
- c) Los mensajes serán revisados por el responsable inmediatamente y luego es importante proceder a su contestación

### **2.3.8. Buzón de Comunicaciones**

- a) Permiten que todos los integrantes de la organización se expresen con libertad y puedan hacer conocer a los niveles superiores sobre los planteamientos de la organización.
- b) No deben tenerse en cuenta los mensajes anónimos.
- c) Es importante que el usuario manifieste la atención que recibe en la Institución por parte de los funcionarios, para tener una herramienta que ayude a mejor en beneficio de un cambio positivo.

### **2.3.9. Comunicación con Medios Electrónicos**

- a) Crear un E-mail: sus ventajas son: rapidez, interactividad, multidifusión, facilidad de fijación del destinatario.
- b) Intranet: es una red interna. Presenta la ventaja de ser un medio rápido e instantáneo. Sólo se necesita colocar las computadoras en red.
- c) Listas de distribución y foros de discusión por internet: puede servir para motivar a los integrantes en el uso de estas herramientas y estimular su pertenencia. Los temas pertinentes serían institucionales.
- d) En la página web institucional se puede prever un área restringida sólo para los integrantes de la institución e implementar los foros.

## **2.4. Barreras que debemos evitar en la Comunicación.**

La comunicación está acorde a la presentación de las ideas claras de las personas y al no existir coherencia a más de una adecuada formulación y manifestación de las ideas, no se entenderá el mensaje.

A continuación exteriorizaremos algunas de estas barreras y sus posibles estrategias que nos ayudaran a solucionarlas:

### **2.4.1. El Lenguaje Incomprensible**

En ocasiones se utilizan palabras de difícil comprensión que el interlocutor no entiende. Esto lleva a que el mensaje no se entienda porque no se conoce el significado de tales palabras. En otras ocasiones, las palabras son comprensibles, pero su integración en ocasiones especiales no representa nada para el interlocutor, porque ese mensaje está codificado para otro tipo de personas, con más conocimientos o con una especialidad determinada.

#### **Estrategias Recomendadas:**

- a) Utilizar prioritariamente la frase “POR FAVOR”
- b) Identificar el nivel de conocimiento intelectual de la persona que está al frente.

- c) Utilizar palabras de fácil comprensión, para que el interlocutor sepa lo que usted manifiesta o quiere decir.
- d) Interpretar ideas acordes al nivel de conocimiento del interlocutor.
- e) Utilizar vocabulario entendible o de fácil interpretación del interlocutor para no ofenderlo.
- f) Concretar el mensaje en pocas palabras, sin vacilaciones ni vuelcos en el asunto.

#### **2.4.2. Diferencias Culturales**

No solo se refiere a personas que tienen diferentes interculturalidades, sino especialmente a sus diversos modos de percibir la vida, de pensar y de vivir, y a sus distintas costumbres o culturas. Para salvar estas barreras culturales se debe asumir una actitud de tolerancia y respeto hacia la persona. Todo ser humano tiene algo que aportar y este conocimiento va a ser enriquecedor.

#### **Estrategias Recomendadas:**

- a) Respetar el nivel socio-cultural del interlocutor.
- b) Compartir mensajes de enriquecimiento personal, demostrando su educación y cortesía al momento de originar la conversación.
- c) Socializar tradiciones de actividades culturales, si es posible solo y cuando el momento requiera hacerlo.



- d) Comunicarse con respuestas amplias y entendibles para visualizar mejor las ideas del mensaje.

### **2.4.3. Las Antipatías**

Si una persona tiene antipatía hacia alguien, o ese alguien no le cae bien, no podrá comunicarse en forma efectiva. Con prejuicios adversos hacia una persona o hacia un grupo, la comunicación es difícil. No obstante, no es bueno que las primeras impresiones sean las que dominen la situación; se necesita un conocimiento mayor sobre las personas y de las situaciones en que se encuentran al establecerse una comunicación con ellas.

#### **Estrategias Recomendadas:**

- a) Conocer mejor a las personas a través de un rápido examen comunicativo. Ejemplo: Un simple saludo de cortesía.
- b) Reconocer la situación en la que está pasando el interlocutor ya que pueda estar atravesando momentos difíciles con otras personas o familiares.
- c) Evitar conversaciones intrínsecas que impliquen comentarios negativos que dañen la integridad de los demás.
- d) Desarrollar conversaciones positivas, sin prejuicios, ni malos entendidos.

- e) Evadir a la persona que no tiene autocontrol, buscar y esperar el momento oportuno para hacerle tener mayor autocontrol y evitar contratiempos y buscar la amistad.

#### **2.4.4. Los Sentimientos Negativos**

No se puede alcanzar una buena comunicación si los sentimientos dominan a veces hay situaciones tensas que enfrentar porque otras personas son agresivas y ofenden. Es aconsejable no responder con la misma actitud, sino propiciar el dialogo para no dejarse arrastrar por los sentimientos negativos hacia los otros.

#### **Estrategias Recomendadas:**

- a) No dejarse dominar por los sentimientos, ya que pueden traernos problemas más graves.
- b) No ofender la integridad de las personas, hablando mal de ellas.
- c) Comportarse con tranquilidad durante la transferencia del dialogo.
- d) Actuar con serenidad frente a la situación que atraviesa.
- e) Evitar conversaciones con personas agresivas puesto que no pueden afrontar las circunstancias.
- f) Comprender por la situación en la que está pasando el interlocutor.
- g) Dialogar e intentar solucionar el problema mediante el uso de la razón.
- h) Sonreír siempre, aunque los momentos sean difíciles.

### **2.4.5. Actitudes Autoritarias**

El sentirse más que otras personas y tratar de dominar la situación, imponiendo ideas, tomando las decisiones por los demás y realizando acciones por cuenta propia, solo los llevarán a una ruptura de la comunicación. Hay que dar oportunidad a que la otra persona plantee sus ideas; y si esas ideas son totalmente contradictorias con determinadas normas que la ley o un programa establecen, entonces hay que tratar de convencerlas acerca de la importancia de que cambien.

#### **Estrategias Recomendadas:**

- a) Mantener condición de igualdad, ya sea esta de raza, religión o condición social.
- b) Demostrar sencillez y cortesía al momento de conversar.
- c) Brindar oportunidad al planteamiento de ideas nuevas e innovadoras, que aporten con el tema tratado.
- d) Respetar el juicio de las personas y corregirlas con prudencia.
- e) Flexibilidad en el intercambio del mensaje dándose tiempos de participación individual.

## **2.5. Sugerencias que se Deben Tomar en Cuenta para Mejorar la Comunicación.**

### **2.5.1. Mantener una Buena Imagen Institucional.**

Una expresión amable de su personalidad y una actitud abierta ayudará a que la persona se atreva a personalizar y demostrar su interés en el diálogo. Todo diálogo depende de la primera impresión. Si la persona con la que se quiere establecer el diálogo está poco atenta, o quizá angustiada por el tiempo que destinará al diálogo, o está ocupada generará poco intercambio de palabras.

Ofrecer un saludo acompañado de un rostro que muestre amabilidad y cordialidad. Al presentarse, conviene repetir el nombre de la persona con quien se conversa. Sonreír, saludar, hablar con claridad frente al interlocutor, mostrar paciencia, interesarse, no interrumpir cuando la otra persona habla, no mirar continuamente el reloj ni distraerse buscando papeles.

### **2.5.2. Controlar el Lenguaje con Expresiones**

El rostro, el vestido, los gestos dicen algo a la persona que se acerca. Las manos, movimientos de la cabeza, de las cejas, la posición del cuerpo, la actitud de escuchar. Aportan el elevado porcentaje de su contenido comunicacional. Si a veces las cejas están la mayor parte del tiempo contraídas, o si el rostro parece una muralla impenetrable, o las manos se quedan mucho tiempo en la cintura, pueden decir cosas diferentes de las que

realmente son. No es fácil darse cuenta de ello, para eso es necesario pedir a un compañero que mire como se comunica gestualmente al hacer un ejercicio simulado, a fin de que pueda detectar donde hay problemas.

### **2.5.3. El Secreto de Saber Escuchar**

Cuando la otra persona habla hay que escucharla con suma atención, sin interrumpirla y, en lo posible, mirándola a los ojos sin ofender. Es una actitud que lo conducirá al éxito.

### **2.5.4. Conseguir Mayor Atención del Interlocutor**

Si el interlocutor no presta atención a lo que se habla, la comunicación no tendrá lugar en forma apropiada. Es preciso, entonces, generar la mayor cantidad posible de atención, para lo cual es importante empezar hablando de lo que le interesa al interlocutor y de las opciones que existen para que éste pueda solucionar sus problemas. Pero, será necesario también demostrar un gran interés por apoyar la solución de los problemas del interlocutor.

### **2.5.5. La Expresión del Mensaje**

Quien inicia un diálogo encontrará en ciertas ocasiones que el mensaje que piensa comunicar no es el mismo que entiende el interlocutor. Esto depende del modo de expresar el mensaje y de las circunstancias o contexto en que es recibido. También puede ocurrir que a un mensaje le corresponden varios significados y por ello la comprensión no es correcta.

### **2.5.6. Extrema Atención en el Contexto**

Un Diálogo puede estar regido ya sea por situaciones económicas, sociales, culturales, por lo tanto el técnico debe conocer y comprender para luego comunicar, esto tiene que estar acorde con el contexto.

### **2.5.7. Lograr Aprender del Mensaje**

Si el interlocutor aprende durante el diálogo algo nuevo que no conocía antes, y el contenido del mensaje que se le ofrece le es útil en la vida cotidiana, aparte de prestar atención al diálogo aprenderá el mensaje y posiblemente lo utilizará; de lo contrario lo desechará. Mientras se desarrolla la conversación y se da el intercambio de información, no es necesario utilizar frases como ¿me entiende? O ¿me explico? Porque es como si las personas fuesen inferiores. Esto puede hacer que se sienta mal u ofendida, por lo tanto hay que evitarlas y apelar a otras técnicas para saber que el

mensaje ha sido comprendido satisfactoriamente, como ¡Me hice entender ¡  
Me hice comprender.

## **2.6. La Atención al Público**

Según HAROVITZ (1997) en su obra Servicio y atención al público señala su concepto sobre servicio y atención al público. **“Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el usuario obtenga el servicio en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo”** Pág. 3

### **2.6.1. Importancia de la Atención al Público.**

Según ALBERCHT (1988) Importancia de la atención al usuario señala que. **“Una buena atención al usuario puede llegar a ser un elemento primordial para la imagen y el progreso de la institución, tan poderosa como los beneficios que esta ofrece”**. Pág. 36

Se han observado que los usuarios son sensibles al servicio que reciben por parte de las personas que los atienden.

Todas las personas que entran en contacto con el público proyectan actitudes que afectan a este el representante de servicios al llamarle por teléfono, la recepcionista en la puerta, el servicio técnico al llamar para instalar un nuevo equipo o servicio en las dependencias, y el personal que finalmente, logara cumplir las necesidades. Consciente o inconsciente, el usuario siempre está evaluando la forma como la institución presta sus servicios, como trata a los otros usuarios y como esperaría que le trataran a él.

## **2.6.2. Información y Atención al Público**

**Gestión Administrativa / Principios de gestión administrativa pública**  
(páginas de internet)

**Los ciudadanos tienen derecho a solicitar y obtener información sobre los servicios y actividades de las administraciones públicas, salvo en lo que afecte a la seguridad y defensa del estado, la intimidad y seguridad de las personas y la averiguación de los delitos, también tiene derecho a acceder a los archivos y registros administrativos.**

**En sus relaciones con la administración. El ciudadano tiene derecho a ser tratado con respeto por las autoridades y funcionarios.**

**Los ciudadanos tienen los siguientes derechos:**

- 1. A conocer el estado de la tramitación de los procedimientos en los que tenga la condición de interesado y obtener copias de documentos contenidos en ellos.**



2. **A obtener información y orientación acerca de los requisitos jurídicos o técnicos que las disposiciones vigentes impongan a los proyectos, actuaciones o solicitudes que se propongan realizar.**
3. **Al acceso a los registros y archivos de las administraciones públicas, se podrá denegar cuando prevalezcan razones de interés público por intereses de terceros dignos de protección o cuando lo disponga una ley, debiendo el órgano competente dictar resolución motivada.**

Se concluyó que la atención al público es un conjunto de prestaciones que el usuario espera recibir con respeto y calidad de información en el momento de acceder a sus trámites.

### **2.6.3. Acciones de Atención al Público**

Según IMAI (1998) en su obra Elementos de usuario Aporta acciones: **Las actitudes se reflejan en acciones: el comportamiento de las distintas personas con las cuales el público entra en contacto, produce un impacto sobre el nivel de satisfacción del usuario incluyendo:**

1. **La cortesía general:** con el que el personal maneja las preguntas, los problemas, como ofrece o amplia información, provee servicio y la forma como la institución trata a los otros usuarios.

**2. Los conocimientos del personal:** es decir: conocimientos del servicio que van a ofrecer, están concentrados en identificar y satisfacer las necesidades del usuario, o simplemente se preocupan por cumplir sus obligaciones, aunque no se ajuste a las expectativas. Pág. 10

Se analizó que un lugar de trabajo va mas allá de simplemente cumplir una disposición, sino de lograr que el usuario se baya satisfecho de haber recibido un servicio rápido y cumplir con todas las expectativas que esperaba.

#### **2.6.4 El Control de los Procesos de Atención al Público**

Según HARRINGTON (1998) en su obra los diez mandamientos de la atención al público señalan: **“Cualquier institución debe mantener un estricto control sobre los procesos internos de atención al público. Está comprobado que más del 20% de las personas que dejan de adquirir un servicio, renuncian su decisión de adquisición debido a fallas de información de atención cuando se interrelaciona con las personas encargadas de atender y motivar a las personas. Ante esta realidad, se hace necesario que la atención al público sea de la más alta calidad, con información, no solo tenga una idea de un servicio, sino además de la calidad del capital humano y técnico con el que va establecer una relación personal”**. Pág. 17

Se tomó en cuenta que como una institución única prestando un servicio se debe motivar a los usuarios para que hagan sus trámites a principios de la fecha indicada esto le generará poco tiempo, buena atención y mejor calidad en el trato.

## **2.7. Posicionamiento Teórico Personal**

Revisados los autores anteriores de la problemática planteada para la investigación, se considera que la comunicación interna se dirige al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. Como referencia utilizaremos el paradigma critico-positivo, que tiene como finalidad la transformación de la estructura, de las relaciones sociales y dar respuesta a determinados problemas generados por éstas, donde debe reinar la objetividad.

Los planteamientos teóricos nos sirvieron para el sustento y base teórica para presentar una alternativa de solución. Es así que consideramos que el paradigma críticos-propositivo se enmarca en nuestra investigación de acción social buscando de potencialidades de cambio y la interacción entre sujeto objeto.

## 2.8. Glosario de Términos

**Organización.-** Acción y efecto de organizar

**Comunicación.-** Acción y Efecto de Comunicar o comunicarse trato, correspondencia entre dos o más personas, transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

**Información.-** Acción y efecto de informar, comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar.

**Cliente.-** Personal que utiliza con frecuencia los servicios de un profesional o empresa.

**Funcionario.-** Personal que desempeña un empleo público

**Estrategias.-** Arte de dirigir en un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

**Asimilar.-** Conceder a los individuos de una carrera o profesión derechos u honores iguales a los que tienen los individuos de otra. (Asemejar o comparar)

**Creatividad.-** Facultad de crear capacidad de creación.

**Legalidad.-** Cualidad de legal ordenamiento jurídico vigente.

**Difundir.-** Extender, esparcir propagar o divulgar conocimientos noticias actitudes costumbres modas etc.

**Efectividad.-** Capacidad de lograr el efecto que se desea o espera.

**Discreción.-** Sensatez para formar juicio y trato para hablar u obrar.

**Instaurar.-** Establecer fundar instituir.

**Verificar.-** Probar, comprobar o examinar la verdad de una cosa.

**Variable.-** Inestable inconstante y mutable

**Gestión.-** Al conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto.

**Proceso.-** Progreso, acción de ir hacia adelante.

**Descriptivo.-** Es un tipo de metodología a aplicar para deducir un ambiente o circunstancia que se esté presentando.

## **2.9 Subproblemas o Interrogantes**

- a) ¿La Dirección Provincial Ambiental de Imbabura no cuenta con Estrategias alternativas de comunicación interna para su gestión Institucional?
- b) ¿La falta de comunicación oportuna provoca malestar en los clientes?

- a) ¿Los talentos humanos de la institución no aplican estrategias alternativas de comunicación interna con el público?
- b) ¿Cree usted que la aplicación de estrategias alternativas sí mejorará las relaciones interpersonales entre usuario y funcionario, Visualizando el accionar institucional?

## 2.10 Matriz Categorial.

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p><b>Estrategia.</b> La estrategia es cualquier conjunto de acciones o comportamiento, sea deliberado o no. Específicamente, la estrategia debe ser coherente con el comportamiento.</p> <p><b>Comunicación.</b> Transmitir señales Mediante un código común al emisor y al receptor. Descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo. Conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito parecer.</p>	<p><b>Estrategias</b></p> <p><b>Comunicación</b></p>	<p><b>Integrativas</b></p> <p><b>Intensivas</b></p> <p><b>Verbal</b></p> <p><b>Escrita</b></p>	<p>Talleres Conferencias Reuniones</p> <p>Dedicación Constancia Perseverancia</p> <p>Intrapersonal Interpersonal Grupal Institucional</p> <p>Electrónica Internet</p>

Con conceptos basados en acciones filosóficos, psicológicos, epistemológicos, pedagógicos entre otros, vemos el comportamiento en diferentes actividades educativas y sociales, el factor mas importante para el mejor entendimiento entre los diferentes actores es la COMUNICACIÓN.

## **CAPITULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Tipo de Investigación**

Es un proyecto factible ya que no utilizó hipótesis sino interrogantes y se fundamentó en investigación bibliográfica y de campo. El trabajo investigativo se orientó por un paradigma cualitativo ya que busca la comprensión del fenómeno social en este caso. Tiene un carácter descriptivo de corte propositivo.

##### **3.1.1 Investigación Documental**

La investigación fue de tipo documental debido a que estuvo apoyada con referencias de documentaciones y bibliografía tales como: textos, enciclopedias, Internet entre otros. El propósito es de profundizar conceptualizaciones utilizando criterios de diferentes autores sobre la problemática en estudio.



### **3.1.2 Investigación de campo**

El trabajo tiene características de campo, por cuanto se ejecutó en el lugar de los hechos en forma cualitativa y no cuantitativa. Como investigadoras se tendrá contacto directo con la realidad para obtener toda la información necesaria de acuerdo con los objetivos expuestos en esta investigación.

La investigación estuvo diseñada con la finalidad de aportar para la innovación y ordenamiento en la comunicación interna, que irá enfocado a l desarrollo institucional y una mejor atención al cliente.

### **3.2. Métodos:**

En la realización de esta investigación se utilizó los siguientes métodos:

#### **3.2.1. Método de la Observación**

Esta investigación se realizó mediante la recolección de información, además lo que se trata es sondear un problema investigativo en este contexto particular como es la implementación de estrategias alternativas de comunicación interna que permitirá mejorar la atención al usuario, por parte de los funcionarios de la dependencia en mención.

### **3.3. Técnicas e Instrumentos:**

Las técnicas e instrumentos que se utilizó en la recolección de datos para la investigación, fueron:

#### **3.3.1. Técnica de la Entrevista**

Se realizó varias visitas al señor Director de la Dirección Provincial de Imbabura, para recabar información concreta y real sobre la problemática que existe, en lo referente a la comunicación interna entre funcionarios y la atención al usuario.

#### **3.3.2. Técnica de la Encuesta**

Esta técnica fue dirigida al usuario y a los funcionarios para percibir la realidad de la institución; el instrumento que se utilizó fue el cuestionario de preguntas abiertas y cerradas para alcanzar el objetivo propuesto y analizar los resultados que se interpretó de él.

#### **3.3.3. Población**

Para tener una mayor lucidez de la población que se utilizó en esta investigación se presenta el siguiente cuadro: que refleja la afluencia de

público que visitan semanalmente en cada una de las áreas que mantiene la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura.

La población de funcionarios es de 31 y la población de usuarios es de 105; por lo que no fue necesaria la aplicación de la muestra en estos dos universos en estudio.

<b>UNIDADES</b>	<b>FUNCIONARIOS</b>	<b>USUARIOS</b>
Patrimonio Natural	4	20
Calidad Ambiental	3	10
Administrativa Financiera	7	40
Asesoría Jurídica	2	20
Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas	15	15
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>105</b>

**FUENTE:** Elaborado por: Las Investigadoras

## CAPITULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

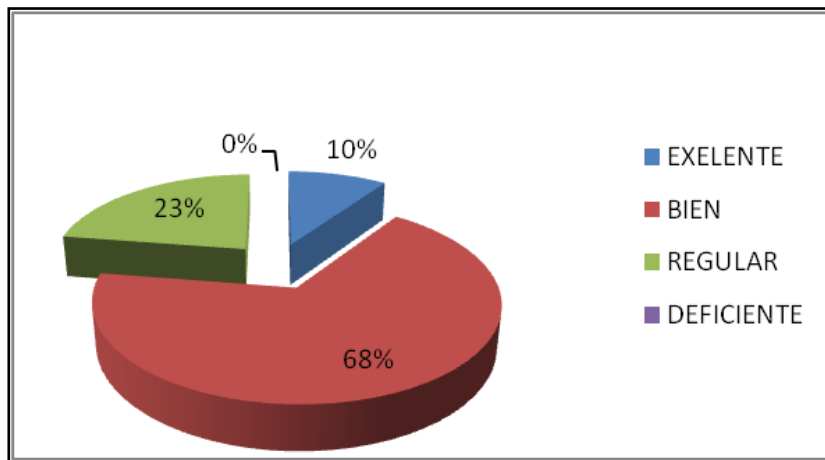
#### 4.1. Encuesta dirigida a Funcionarios de la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura

1. Evalúe, por favor la calidad de nuestros servicios a las personas o usuarios que asisten a nuestra entidad.

<b>ACTUACIONES</b>	<b>EXCELENTE</b>	<b>BIEN</b>	<b>REGULAR</b>	<b>DEFICIENTE</b>
Somos amables y responsables.				
Disponibilidad de ayudar.				
Rapidez en el servicio que prestamos.				
Facilidad de usar los servicios.				
Puntualidad en los horarios de atención.				
Calidad de nuestro servicio en general.				

**ACTUACIÓN:** Somos amables y responsables.

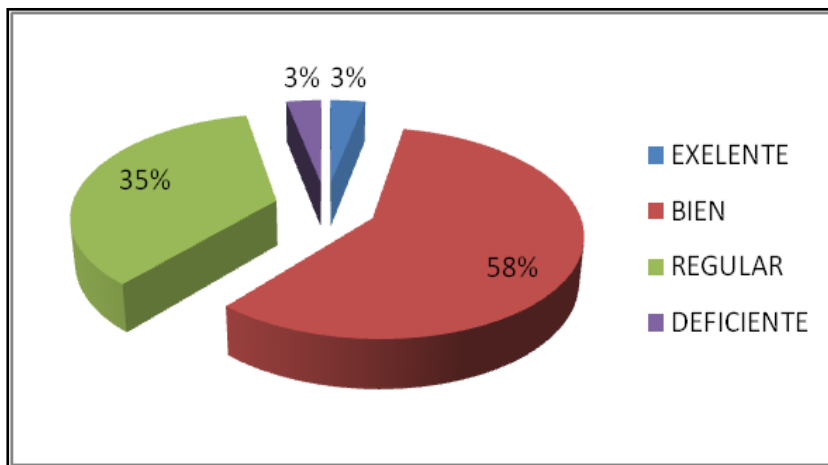
VARIABLE	f	%
Excelente	3	10%
Bien	21	68%
Regular	7	23%
Deficiente	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a 31 funcionarios de la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura, podemos analizar que la gran mayoría admite que los funcionarios son amables y eficientes, pero no eficaces, la variable que ocupa el segundo lugar es regular por lo que se insiste en que las características de un funcionario están en un nivel bajo, a penas un 10% manifiesta que los funcionarios son excelentes, según esta variable podemos deducir que algún técnico posee estudios de cuarto nivel o especialidad

**ACTUACIÓN:** Disponibilidad de ayudar.

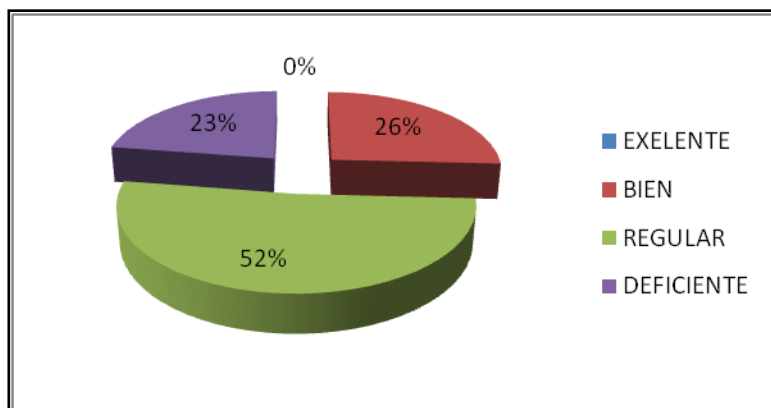
VARIABLE	f	%
Excelente	1	3%
Buena	18	58%
Regular	11	35%
Deficiente	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



Estos datos deducen que a penas la mitad del personal de la Dirección, están dispuestos ayudar en las diferentes actividades que cumple cada unidad, el 35% es un poco indiferente a la ayuda que se puede brindar entre compañeros, y con porcentajes muy mínimos se deduce que es deficiente la relación interpersonal entre compañeros de las diferentes unidades y una excelente relación en la disponibilidad de ayudar.

**ACTUACIÓN:** Rapidez en el servicio que prestamos.

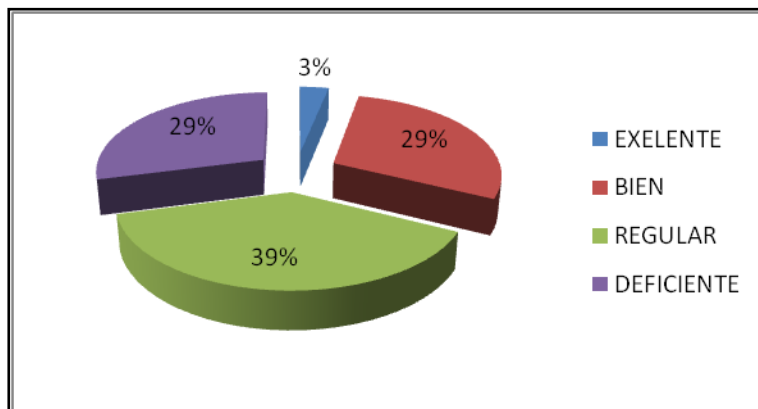
VARIABLE	f	%
Excelente	0	0%
Bien	8	26%
Regular	16	52%
Deficiente	7	23%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



Se observa en el diagrama que un poco mas de la mitad de encuestados manifiesta que el servicio es regular, ya que los tramites son muy largos y complejos, la otras dos cuartas partes se mantienen en parámetros de buenos a excelentes.

**ACTUACIÓN:** Facilidad de usar los servicios de atención.

VARIABLE	f	%
Excelente	1	3%
Bien	9	29%
Regular	12	39%
Deficiente	9	29%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

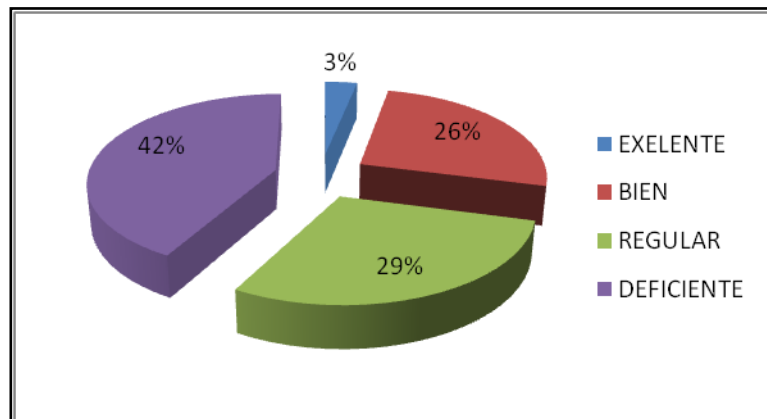


La primera variable nos arroja como resultado que menos de la mitad de personas encuestadas indican que la atención en las diferentes unidades es regular, este fenómeno puede darse porque las personas que se encuentran en esa dependencia no tienen la preparación necesaria para cada responsabilidad, con un porcentaje de 30% acepta que la atención es buena como también deficiente y con un mínimo porcentaje que la atención es eficiente y eficaz



**ACTUACIÓN:** Puntualidad en los horarios de atención

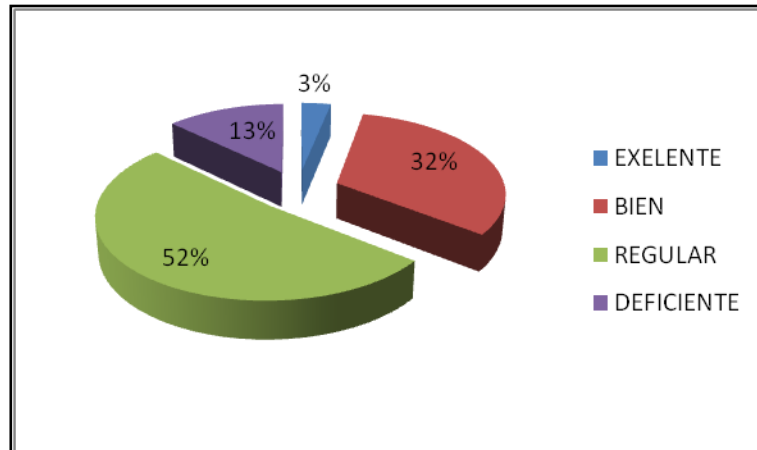
VARIABLE	f	%
Excelente	1	3%
Bien	8	26%
Regular	9	29%
Deficiente	13	42%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



En el grafico observamos que un mayor porcentaje la puntualidad es deficiente, igual que regular, de lo que se deduce que estamos acostumbrados a la hora ecuatoriana, no así una cuarta parte de los encuestados deduce una puntualidad buena y un porcentaje mínimo nos dice que la puntualidad es excelente.

**ACTUACIÓN:** Calidad de nuestros servicios en general

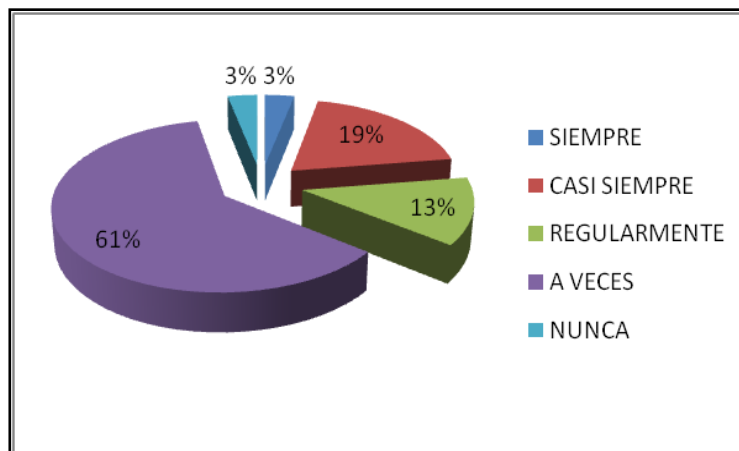
VARIABLE	f	%
Excelente	1	3%
Bien	10	32%
Regular	16	52%
Deficiente	4	13%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



Se observa fácilmente que más del 50% los servicios son regulares esto es por la falta de la calidad y calidez de los funcionarios de la institución, la segunda variable con un 32% indica que los servicios son buenos, pero una cuarta parte de los encuestados deducen que los servicios son deficientes, debe ser por la falta de información y comunicación de los diferentes departamentos, y se interpreta que un porcentaje muy mínimo indica que los servicios son excelentes

2.- ¿Cree usted que las personas que asisten a la entidad en busca de ayuda o información van satisfechas con la atención que reciben?

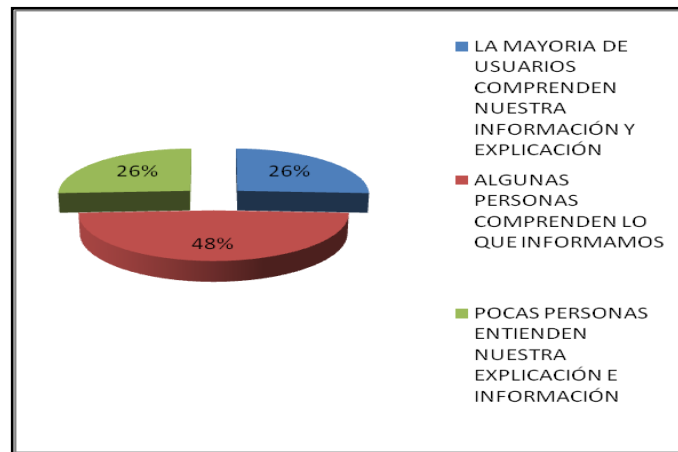
VARIABLE	F	%
Siempre	1	3%
Casi siempre	6	19%
Regularmente	4	13%
A veces	19	61%
Nunca	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



Con un porcentaje muy elevado la gente que visita esta dependencia manifiesta que muy rara vez se va satisfecha con los servicios prestados por DPAI, como segunda y tercera variable la atención que se brindan a los usuarios es regular o aceptable y con porcentajes muy mínimos la gente se va insatisfecha de los servicios brindados

**3.- ¿Cómo ven la comunicación empleados-usuarios en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura?**

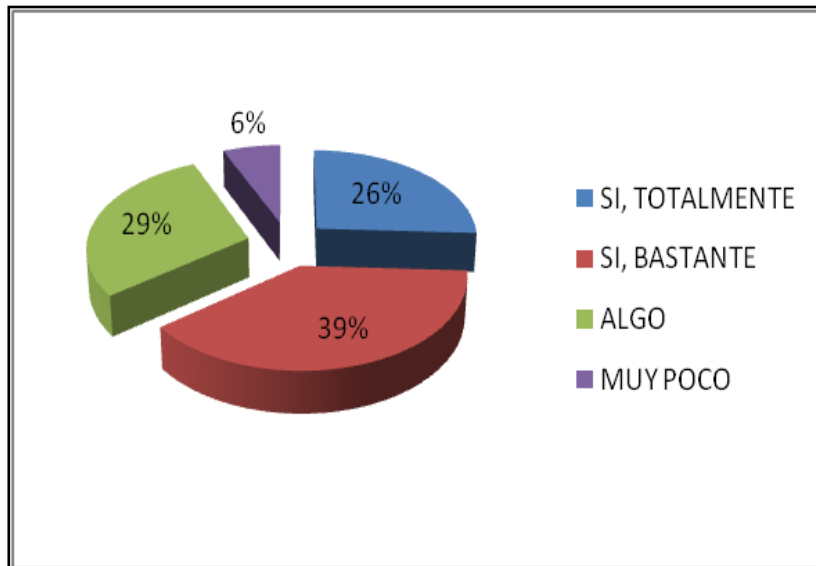
VARIABLE	f	%
La mayoría de usuarios comprenden nuestra información y explicación	8	26%
Algunas personas comprenden lo que informamos	15	48%
Pocas personas entienden nuestra explicación e información	8	26%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



De la primera variable se deduce que la mitad de las personas comprende lo que informan y comunican los funcionarios de la dependencia, y en un porcentaje igual los usuarios comprenden la información impartida por los funcionarios de la Dependencia es aceptable y con el mismo porcentaje las personas no entienden los términos técnicos que se utilizan en las oficinas.

**4.- ¿Cree usted que la comunicación interna y coordinación de las diferentes unidades de la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura facilitan la atención al usuario?**

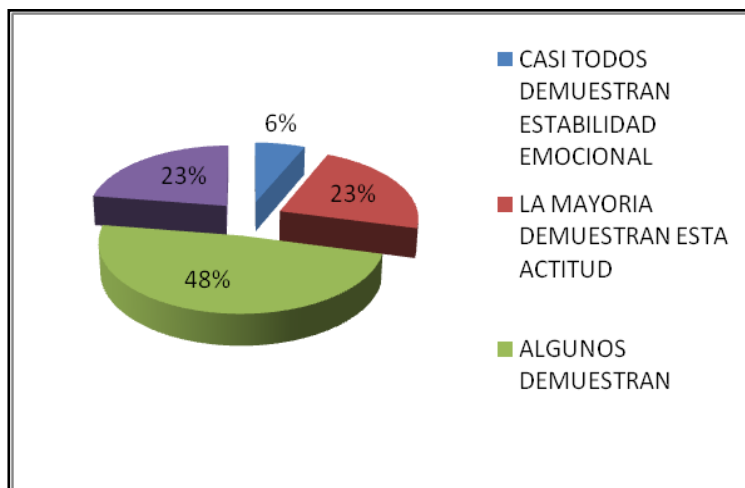
VARIABLE	f	%
Si, Totalmente	8	26%
Si, Bastante	12	39%
Algo	9	29%
Muy Poco	2	6%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



En esta pregunta tenemos los siguientes resultados: El 39% de los encuestados contestaron, si bastante, por consiguiente, si creen que la comunicación interna y coordinación de las diferentes unidades en la dirección provincial ambiental de Imbabura facilitan la atención al usuario, por lo tanto es necesario presentar nuestra propuesta que ayudará a la mejor coordinación.

**5.- ¿Cómo ve usted la estabilidad emocional de los funcionarios que laboran en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura?**

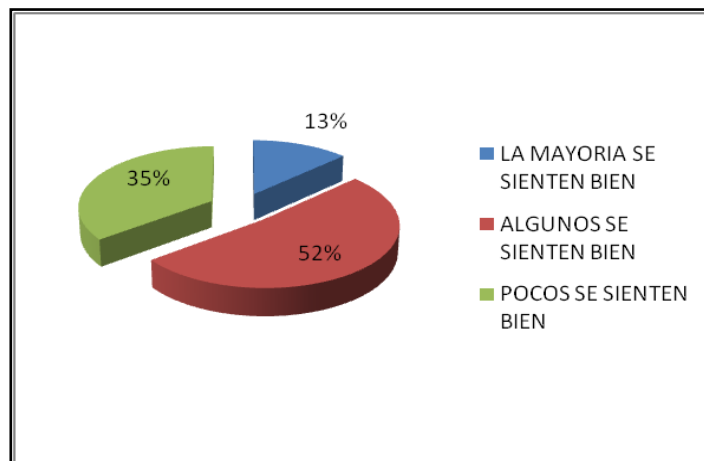
VARIABLE	f	%
Casi todos demuestran estabilidad emocional	2	6%
La mayoría demuestran esta actitud	7	23%
Algunos demuestran	15	48%
Pocos demuestran	7	23%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



La mitad de los funcionarios demuestran una estabilidad emocional equilibrada para desarrollar las diferentes tareas en cada unidad, y con porcentajes mínimos los funcionarios presentan una actitud inestable en el trabajo.

**6.- ¿Cómo percibe el estado de ánimo de sus compañeros en su sitio de trabajo?**

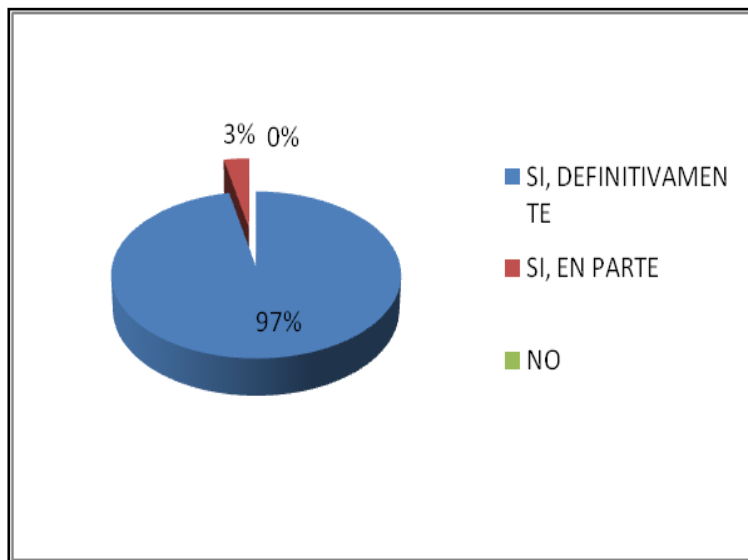
<b>VARIABLE</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
La mayoría se sienten bien	4	13%
Algunos se sienten bien	16	52%
Pocos se sienten bien	11	35%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



Más de la mitad de los encuestados sostienen que se encuentran con un estado de ánimo agradable para brindar una mejor atención a los usuarios, un 35% se interpreta que no se encuentran con el ánimo predispuesto para brindar una buena atención y con un porcentaje mínimo se encuentran con un estado de ánimo excelente.

**7.- ¿Cree usted que los usuarios requieren más fuentes de información para conocer sobre los servicios y trabajo que desempeña la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura (publicidad radial, folletos, avisos, estafetas, señalética, etc....)?**

<b>VARIABLE</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Si, definitivamente	30	97%
Si, en parte	1	3%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

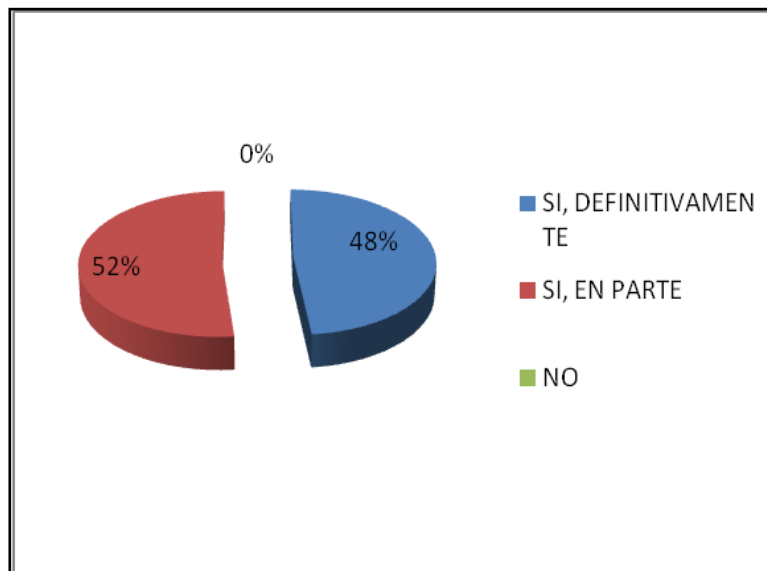


Casi en su totalidad los funcionarios creen que para un mejor servicio es importante que se imparta mejor información y comunicación sobre los servicios que brinda la institución, y un 3% creen que en parte es indispensable.



**8.- ¿Las actividades y funciones que usted desempeña en la institución se encuentran acordes con sus conocimientos adquiridos?**

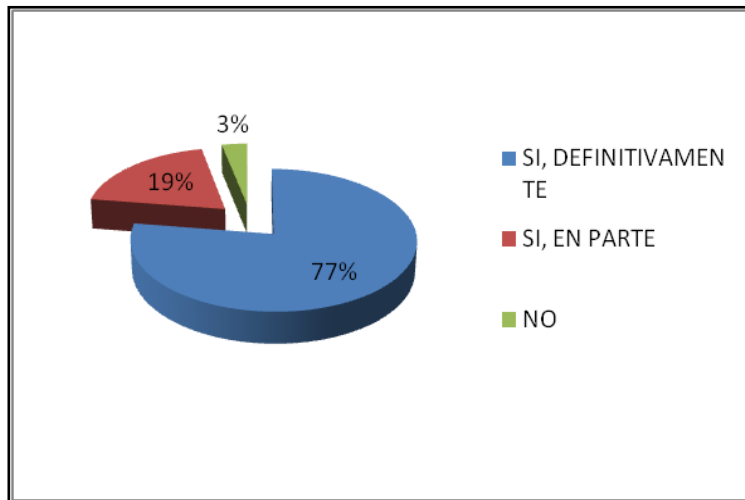
<b>VARIABLE</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Si, definitivamente	15	48%
Si, en parte	16	52%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



Se observa claramente que la mitad en parte se encuentra acorde con las funciones encomendadas en cada unidad y la otra mitad cree que las tareas lo hace a medias.

**9.- ¿Cree usted que la institución necesita nuevas tecnologías para mejorar la comunicación interna en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura?**

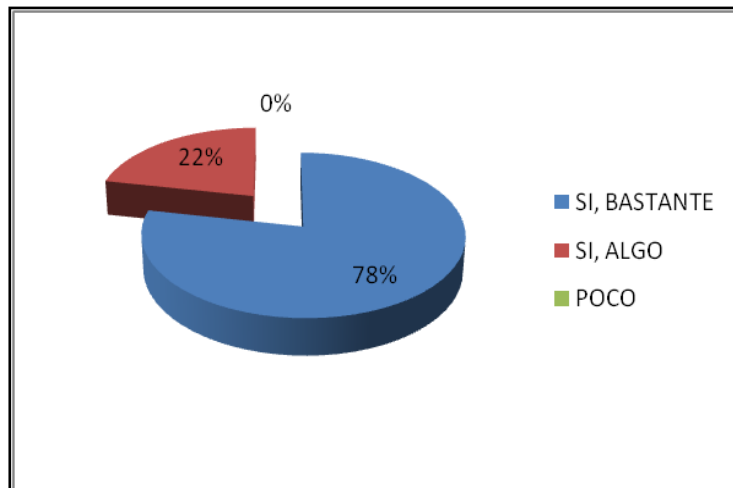
<b>VARIABLE</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Si, definitivamente	24	77%
Si, en parte	6	19%
No	1	3%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



Las gran mayoría manifiesta que se debe dotar de mejores servicios y paquetes informáticos para realizar con mayor celeridad los tramites correspondientes, la segunda variable indica que en parte ayudaría estos cambios tecnológicos y un porcentaje muy mínimo piensan que sería indiferente.

10.- ¿Cree usted que el personal de la entidad requiere cursos de capacitación sobre trabajo en equipo y estrategias de comunicación interna?

VARIABLE	F	%
Si, bastante	18	78%
Si, algo	5	22%
Poco	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

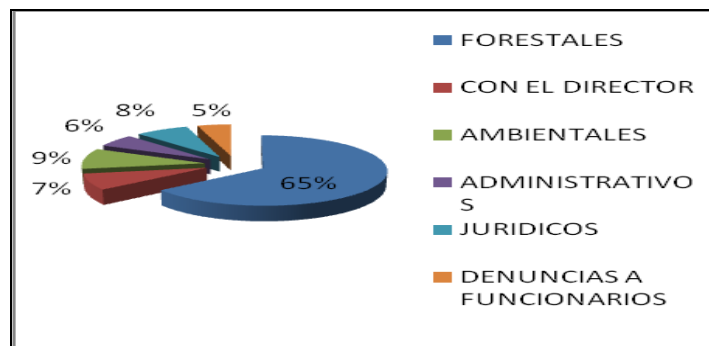


La gran mayoría o casi todos desean que se les capacite en las áreas para mejorar la fluidez de la comunicación en las diferentes unidades,

#### 4.2. Encuesta dirigida a Usuarios que visitan la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura

##### 1.- ¿Cuáles con los servicios por los cuales usted acude a la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura?

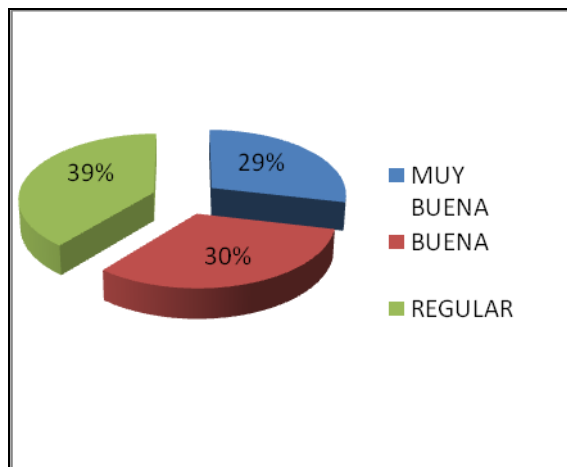
VARIABLE	f	%
Forestales	68	65%
Con el director	8	8%
Ambientales	10	10%
Administrativos	6	6%
Jurídicos	8	8%
Denuncias a funcionarios	5	5%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>



En la pregunta N. 1 Observamos que los tramite mas frecuentes se lo realiza en el área forestal en un 66%, del Universo Total del 100%, mientras que en la Unidad de Calidad Ambiental 10%, Tramites con el Director 8%, Administrativos 6%, Jurídicos 8%y denuncias a funcionarios 5%, por lo que podemos deducir, que el área forestal tiene mayor acercamiento con el usuario por que se entrega guías de movilización y controlan la tala ilegal de bosques.

**2.- ¿Cómo califica a la atención que brindan los funcionarios que laboran en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura?**

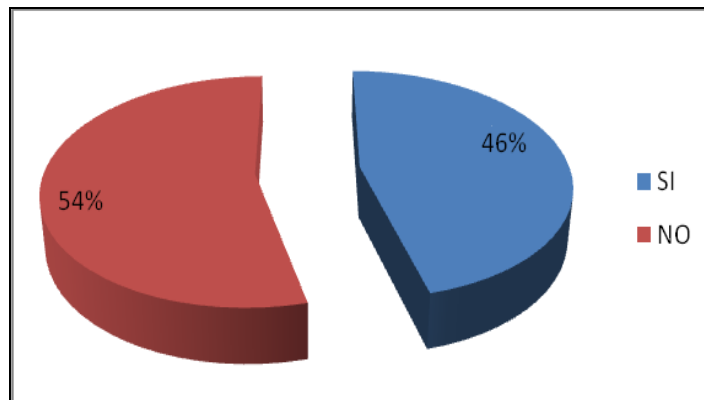
<b>VARIABLE</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Muy buena	30	29%
Buena	34	32%
Regular	41	39%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>



En la pregunta 2 observamos que el 39% la atención al usuario es regular, mientras que el 30% es buena y el 29% es Muy buena, donde nos damos cuenta que la atención a los usuarios es entre regular y buena.

**3.- Cuando usted llega a las oficinas de la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura se encuentra satisfecho por la atención recibida?**

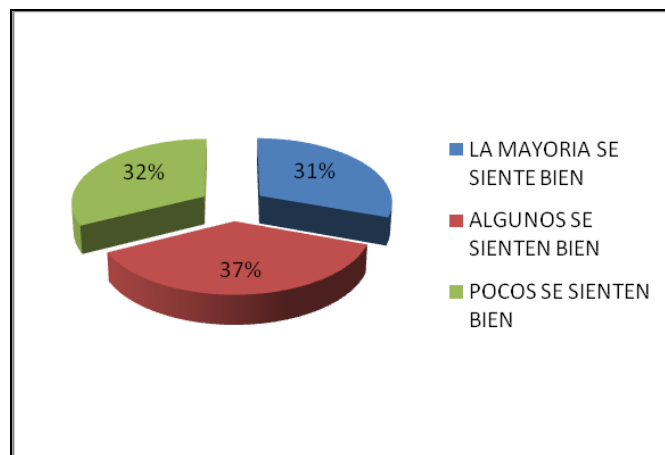
VARIABLE	F	%
Si	48	46%
No	57	54%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>



La mitad de los usuarios manifiesta que la atención es buena y la otra mitad que no es aceptable, por lo que se debería mejorar los servicios de atención al cliente con calidad y calidez.

**4.- ¿Cómo percibe el estado de ánimo de los empleados en su sitio de trabajo?**

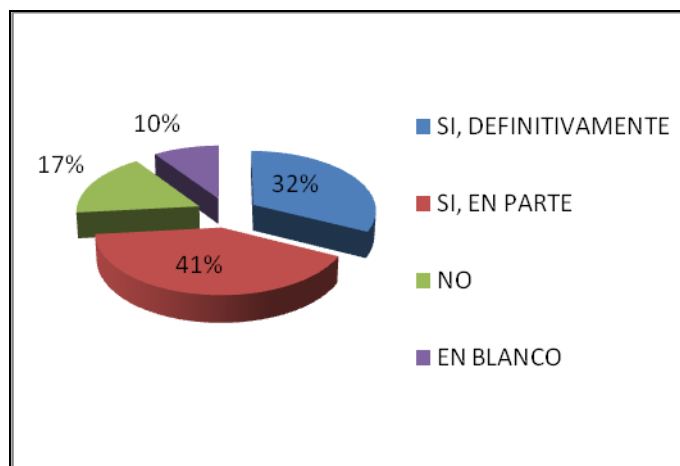
<b>VARIABLE</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
La mayoría se sienten bien	32	30%
Algunos se sienten bien	39	37%
Pocos se sienten bien	34	32%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>



En la pregunta 4 observamos que los usuarios perciben que Algunos funcionarios se sienten bien en un 37%, mientras que pocos se sienten bien en un 32%, seguido de un 30% que la mayoría se siente bien, aunque la diferencia es mínima podemos darnos cuenta que es importante que el funcionario mejore su estado de ánimo.

**5.- ¿Cree usted que la institución necesita nuevas tecnologías para una mejor atención a los usuarios?**

<b>VARIABLE</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Si, definitivamente	34	32%
Si, en parte	43	41%
No	18	17%
En blanco	10	10%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

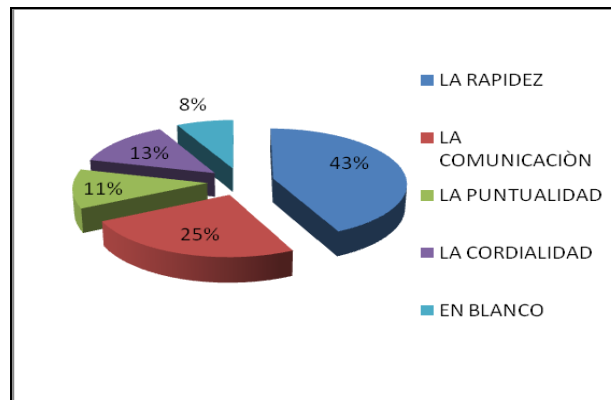


En la pregunta N. 5 observamos que en un 41% si se debe mejorar la tecnología, en un 32% definitivamente, en un 17% no se debe mejorar y en un 10% no contestaron esta pregunta, llegando a la conclusión que es importante implementar actualizaciones tecnológicas en la DPAI para dar mejor atención al usuario.



**6.- ¿Que le gustaría que mejore en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura para que el usuario se sienta satisfecho de la atención?**

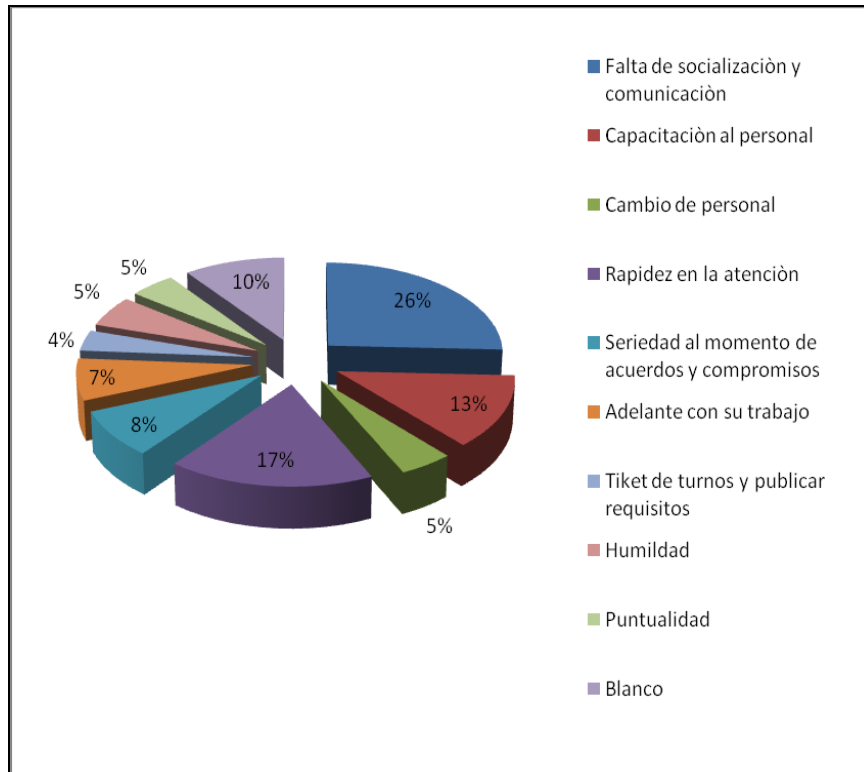
<b>VARIABLE</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
La rapidez	45	43%
La comunicación	26	25%
La puntualidad	12	11%
La cordialidad	14	13%
En blanco	8	8%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>



En la pregunta N. 6 observamos que la rapidez tiene un 43%, seguido de un 25% por la comunicaciòn, con un 13% la cordialidad, con un 11% la puntualidad. Ante esta verificaciòn comprendemos que es importante mejorar la rapidez y la comunicaciòn como prioridad para que el usuario se sienta bien atendido y de esta manera ser eficientes y eficaces.

**7.- ¿Escriba una o más recomendaciones para que los funcionarios mejoren la comunicación con el usuario**

<b>VARIABLE</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Falta de socialización y comunicación	28	26%
Capacitación al personal	14	12%
Cambio de personal	5	5%
Rapidez en la atención	19	16%
Seriedad al momento de acuerdos y compromisos	9	9%
Adelante con su trabajo	8	8%
Tiket de turnos y publicar requisitos	4	4%
Humildad	6	6%
Puntualidad	5	5%
Blanco	11	10%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>



Se puede decir que el 100% de los encuestados, el 26% manifestaron que existe falta de socialización y comunicación de los servicios que presta la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura. Mientras que seguidamente con un 16% manifestaron que falta rapidez en los tramites, un 12 % indican que sería necesario promulgar capacitación para el personal, en un 10% no quisieron dar su criterio, mientras que el 9% solicitan seriedad en los compromisos adquiridos y el 8% expresan su satisfacción en el trabajo diario del personal, con un 6% identificaron que a los funcionarios le falta humildad, mientras que con un 5% observaron que no existe puntualidad para iniciar el trabajo correspondiente y finalmente con un 4% siguieren que se implemente tiquetes de turnos y publicación de los servicios que brinda la Dirección. Concluyendo que es importante mejorar la comunicación tanto interna como externa.

## **CAPITULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

1. Podemos diagnosticar que la comunicación interna entre los compañeros de esta entidad esta deteriorada por falta de compañerismo.
2. El Area Administrativa es clave y funcional dentro de la Institución, es por ello que a travez del desempeño de funciones del personal que labora en las diferentes areas, se pueda evaluar su organización y prestigio.
3. No existe un constante actualización de quienes laboran en la Dirección Provincial para estar a la par con los adelantos tecnologicos.
4. Para dar un mejor servicio hay que estar bien capacitado, para una mejor cordialidad entre funcionarios y con el usuario.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda el cambio de actitud en los funcionarios es primordial para mejorar la imagen institucional.
2. Es importante que el personal Administrativo sea capacitado con mayor frecuencia para que imparta sus conocimientos con el personal a su cargo.
3. Mediante las evaluaciones realizadas por SENRES es importante tomar en consideración la mayor falencia de los funcionarios para considerar los criterios de cada uno de ellos; ayudando a detectar los requerimientos reales que permitan el avance y consecución de logros.
4. Se sugiere al Director, que por lo menos cada seis meses se realice un plan de capacitación en, relaciones humanas, atención al cliente, valores, motivación, para estar renovados y con buenas ganas de servir a la comunidad.

## **CAPITULO VI**

### **6. ESQUEMA DE LA PROPUESTA**

#### **6.1. TITULO DE LA PROPUESTA**

GUÍA DE ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DIRECCIÓN PROVINCIAL AMBIENTAL DE IMBABURA

#### **6.2. JUSTIFICACIÓN**

Tomando en consideración la investigación realizada, hemos analizado los inconvenientes por los cuales atraviesa la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura, los mismos que conllevan a una inadecuada comunicación tanto interna como externa, para ello desarrollamos esta guía como propuesta que beneficiará al personal que labora en dicha institución, para superar las falencias que al momento existen y están deteriorando la imagen de la institución ante los usuarios, quienes se encuentran insatisfechos por el servicio que reciben.

En una institución se debe mantener una buena comunicación interna utilizando estrategias alternativas, que puedan dar una mejor atención al usuario, y especialmente una mejor comunicación institucional, ya que debe proporcionar como resultado la excelencia, y servir de ejemplo para otras entidades públicas.

### **6.3. FUNDAMENTACIÓN**

Para el desarrollo de esta propuesta se tomó varios textos relacionados a la comunicación interna, que fueron de mucha ayuda para sugerir cambios en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura. Para lo cual nos hemos basado en la comunicación interna de Rafael Muñoz González, extraído del internet **www.marketing-xxi.com** La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido, para que quienes laboran empiecen a crear un ambiente positivo y fomenten un círculo de trabajo adecuado, donde el usuario y el funcionario se sientan satisfechos de interrelacionarse, y que de esta manera optimice el servicio y se pueda presentar una excelente imagen de la institución.

### **6.4 OBJETIVOS**

#### **6.4.1 Objetivo General**

Elaborar una guía de estrategias alternativas de comunicación interna, que permitan ofrecer una excelente atención al usuario en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura.

### **6.4.2 Objetivos Específicos**

1. Determinar estrategias alternativas de comunicación que permitan el mejoramiento de la comunicación interna en la institución.
2. Socializar la guía de comunicación interna en cada una de las unidades que servirán para beneficio propio, institucional y el buen servicio al usuario.
3. Entregar la guía de estrategias al Director y a los responsables de cada unidad.

### **6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA**

Para realizar la siguiente propuesta, nos ubicamos en la ciudad de Ibarra en las calles Av. Mariano Acosta 12-57 y Fray Vacas Galindo donde se encuentran las oficinas de la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura, la cual está conformada por el personal administrativo distribuido en diferentes unidades de trabajo entre las que podemos identificar Unidad Administrativa Financiera, Jurídica, Patrimonio Natural, Investigación y Educación Ambiental, Seguimiento y Evaluación y Calidad Ambiental,

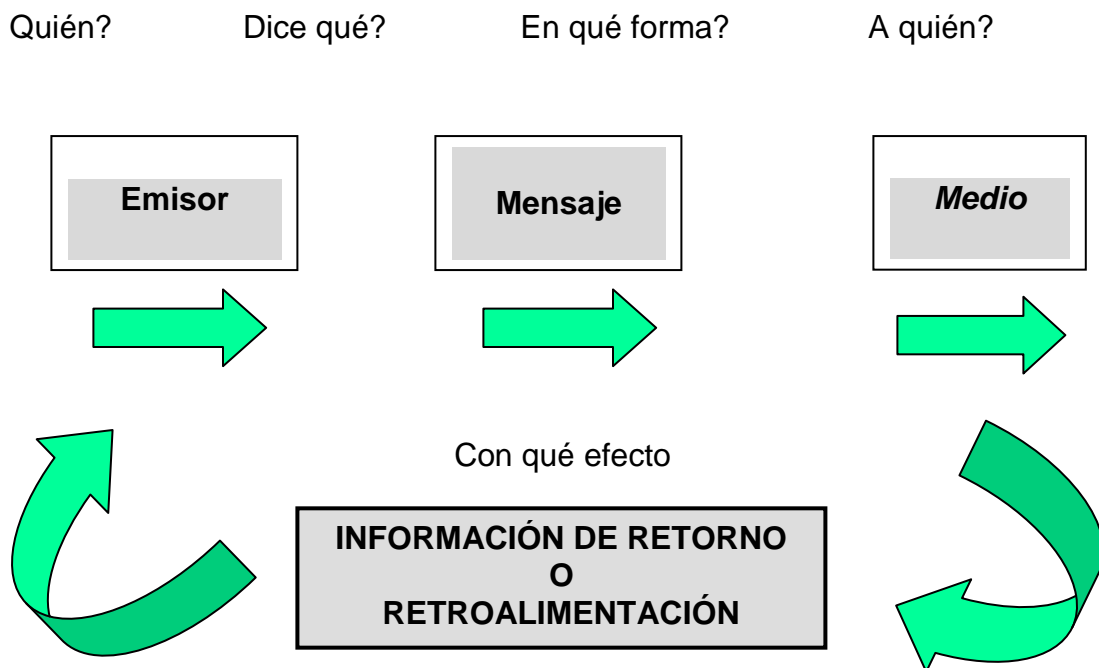
### **6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.**

La comunicación es parte de nuestra vida. Es tan necesaria como el aire que respiramos y esencial en el trabajo productivo.



La comunicación es la acción humana mediante la cual un sujeto promotor manifiesta sus contenidos de conciencia mediante una forma perceptible por los sentidos, a un sujeto receptor, con el objeto de que éste tenga acceso a esos mismos contenidos de conciencia, de esta manera esos contenidos pasan a ser de ambos o comunes intencionalmente".

La comunicación es un proceso circular entre dos o más personas, y como tal tiene etapas que conducen a intercambiar información. Para facilitar su comprensión presentamos el siguiente gráfico:



### **6.6.1 Estrategia N. 1 “Comunicación Intrapersonal”**

Es aquella que se proporciona al interior de cada persona. Si no se introdujera esta introspección, no se podría pedir que las personas liberen niveles de conciencia sobre algún tema. A veces no se toma en cuenta que esta es necesaria para reflexionar y procesar toda la información que se ha recibido en un determinado lapso así, cuando se dice voy a consultar con la almohada, significa que la persona va a pensar interiormente, a reflexionar para tomar una decisión sobre algo que le interesa o preocupa. En todo proceso planificado de comunicación lo que el emisor busca es que el receptor haga esa comunicación intrapersonal y, que luego responda con el resultado hacia otra persona.



**Señora Ministra del Ambiente analizando informe de avance de la DPAI**

**Acciones Recomendadas:**

- a) Relajarse física y mentalmente antes de empezar una conversación.
- b) Poseer claras sus ideas antes de decirlas.
- c) Precisar lo que se quiere expresar.
- d) Despreocuparse u olvidarse de los problemas personales.
- e) Mantenerse siempre positivo.
- f) Establecerse autoconfianza. (autoestima).

### 6.6.2 Estrategia N. 2 “Comunicación Interpersonal”

La comunicación interpersonal es la forma de comunicación más importante para el hombre. Se efectúa directamente entre dos personas. Puede ser cara a cara o como también mediante la ayuda de un medio directo como el teléfono o cámaras de televisión interactiva.



Responsable de la Oficina Técnica Ibarra asesorando sobre uso del Sistema Informático de Administrativo y Control Forestal

#### **Acciones recomendadas:**

- a) Mantenerse siempre relajado antes de enviar el mensaje.
- b) Exponer claramente sus ideas..
- c) Crear un ambiente de amabilidad ..
- d) Respetar el tiempo de intervención, puesto que el interrumpir el diálogo de la persona que está hablando provocará en ella distracción y disgusto.
- e) Generar intercambio de ideas para llegar a acuerdos mutuos

### 6.6.3 Estrategia N. 3 “Comunicación Grupal”

Se da entre tres o más personas en base a un propósito común que los ha unido ocasionalmente. Cuando esa comunicación es efectiva.



Funcionarios de Municipio de Cuenca y Técnicos de Gobiernos Seccionales Imbabura, analizando proceso de Acreditación ante el SUMA.

#### Acciones recomendadas:

- a) Respetar el turno de intervención en el momento del diálogo
- b) Participar ordenadamente, sin interrumpir a la persona que está hablando.
- c) Exponer ideas acorde al tema para no divagar el mensaje.
- d) Ser amables al momento de pedir la palabra
- e) Saber escuchar las exposiciones de los demás.
- f) Opinar en forma profesional, sin dar lugar a contratiempos y malos entendidos.

#### 6.6.4 Estrategia N. 4 “Comunicación Institucional”

Es la que tiene lugar al interior de una institución, para la expresión de decisiones, mandatos y desarrollo de acciones técnicas sean estas administrativos, jurídicos, según las funciones que debe cumplir.



Autoridades del Ministerio del Ambiente y Policía Nacional de Imbabura en Rueda Prensa

#### Acciones recomendadas:

- a) Respetar a quien está al frente de una conversación.
- b) Exponer sus ideas claras sobre el tema y sin divagaciones.
- c) Razonar eficazmente sabiendo expresar lo que va a decir.
- d) Responder claramente las inquietudes del tema en alusión.

### 6.6.5 Estrategia 5 “Comunicación Colectiva”.

Se genera entre unos pocos grupos y una gran colectividad. Está dirigida a un gran público extenso, disperso, y a la vez complejo, para lo cual es posible hacerlo solo a través de medios especiales como: la radio, la prensa escrita, la televisión.



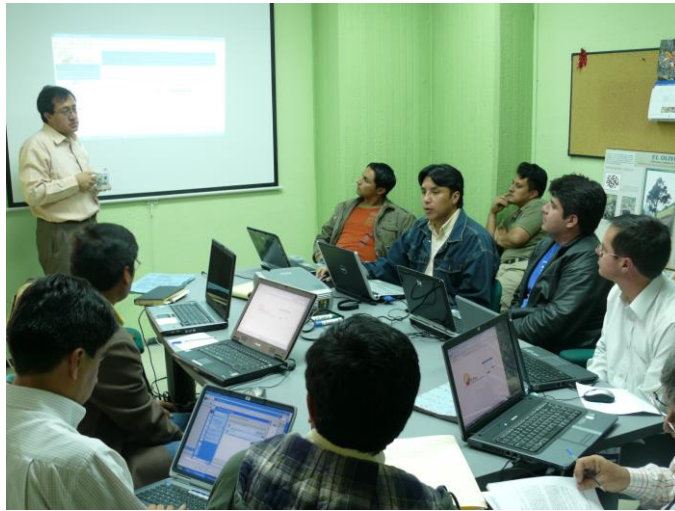
Reunión con madereros de San Lorenzo y Propietarios de Aserraderos y Depósitos de Ibarra.

#### Acciones recomendadas

- a) Planificar las ideas y los mensajes con anterioridad.
- b) Exponer claramente lo que va a decir, sin titubeos e inseguridades.
- c) Promover la atención del público a través de mensajes interesantes acordes a las necesidades de la información que pretende escuchar.
- d) Socializar las ideas si es posible con todo el público, mediante el involucramiento de una participación colectiva.
- e) Plantear resoluciones definitivas entre el locutor y el interlocutor

### **6.6.6. Estrategia N. 6 “Comunicación Electrónica”**

Se da a través de las telecomunicaciones y las computadoras por medio de diversos mecanismos, como el internet. En este sistema permite una interacción muy dinámica entre las partes en comunicación, que por la forma en que puede extenderse y multiplicarse en manera simultánea



**Funcionarios de las Direcciones Provinciales Ambientales del MAE en Socialización del Sistema Informático de Administración y Control Forestal**

#### **Acciones recomendadas:**

- a) Crear un correo electrónico de fácil acceso, rápido y seguro.
- b) Escribir oraciones formuladas correctamente, y si es posible sin faltas de ortografía.
- c) Responder con respuestas congruentes, claras y precisas, para dar mayor facilidad al receptor.
- d) Crear un sistema de fácil acceso para el registro de comunicaciones



### 6.6.7. Estrategia N. 7 “Que es lo que busca el Usuario”

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus usuarios. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.



#### Acciones recomendadas:

- a) Trato respetuoso
- b) Interés, es lo que puede facilitar al usuario la atención inmediata que espera.
- c) Excelencia técnica
- d) Concentración en la solución del problema.
- e) Mantener la cordialidad en todo momento.

## **6.7. IMPACTOS**

La presente propuesta está planteada con el fin de obtener una mejora inmediata de la comunicación interna por parte de todos los funcionarios, ya que estamos aportando con una herramienta de fácil aprendizaje, para que se ponga en práctica y obtener clientes satisfechos al momento que visitan esta entidad pública.

Todos los funcionarios de la Dirección Provincial de Imbabura están en la obligación de sensibilizarse en brindar una comunicación interna y adecuar sus espacios físicos, para que sea más eficiente la comunicación interna y brindar una mejor imagen y servicio a la ciudadanía.

Con esta propuesta estamos seguras como investigadoras que lograremos cambiar de actitud personal y mejorar el ambiente de trabajo en beneficio de la institución.

Al ingresar a la institución el usuario encontrará en todas las Unidades de trabajo su ambiente de cordialidad y amabilidad, como también de agilidad en los trámites que solicitan.

## **6.8. DIFUSIÓN**

La entrega recepción de esta guía de comunicación interna reposará en la Dirección y a cada una de las unidades.

Las autoridades encargadas de la Dirección Provincial de Imbabura serán los principales beneficiados, porque mediante la aplicación de esta guía se demostrará mayor eficiencia orden y prestigio.

## **6.9. BIBLIOGRAFÍA**

1. ACHIG LUCAS SUBIA (2001) Enfoque y métodos de Investigación Científica.
2. BEN ALCÁZAR Marco. (2004). “Guía para realizar Monografías, Tesinas y Tesis de grado”.
3. Charles G. Morris y Albert A. Maiston (2004) Introducción a la Psicología.
4. DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO UNIVERSAL: (2007) Aula. Nuevo Alfabeto. España. Madrid: Egedsa.
5. DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ESPASA CALPE EN FASCÍCULO (2008) Editorial Santiago Ltda.
6. LEIVA Z. Franklin. (2006) Nociones de metodología de investigación científica, Segunda Edición. Quito-Ecuador.
7. David J. Fox. (2000) El Proceso de la Investigación en la Educación.
8. ALBERCHT (2001) “Importancia de la Atención al Usuario” Edición Legis. Madrid.
9. HARRINGTON (1999) “Los diez mandamientos de la atención al cliente” Editorial IESA México.
10. HAROVITZ (2000) “servicio y atención al cliente” Tercera Edición Editorial Mc, Graw Hill México.
11. DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ESPASA CALPE EN FASCÍCULO Editorial Santiago Ltda.
12. [www.ambiente.gov.ec](http://www.ambiente.gov.ec).

13. [www.google.com](http://www.google.com) “estrategias de comunicación e información en atención al público”
14. [Microsoft Encarga 2008](#)
15. [www.google.com](http://www.google.com) “Comunicación interna” Tomado del Libro “Relaciones Públicas. Principios, Casos y Problemas” de H. Franzier Moore, Bertrand R. Canfield por la editorial Continental; México 1987. y “Relaciones Públicas. Su administración en las organizaciones” de Jorge Ríos S. por la editorial Trillas; México, 1990; México 2007.
16. Según Seminario Internacional de Comunicación Internacional; Facilitador: Dr. Gustavo Barceló.

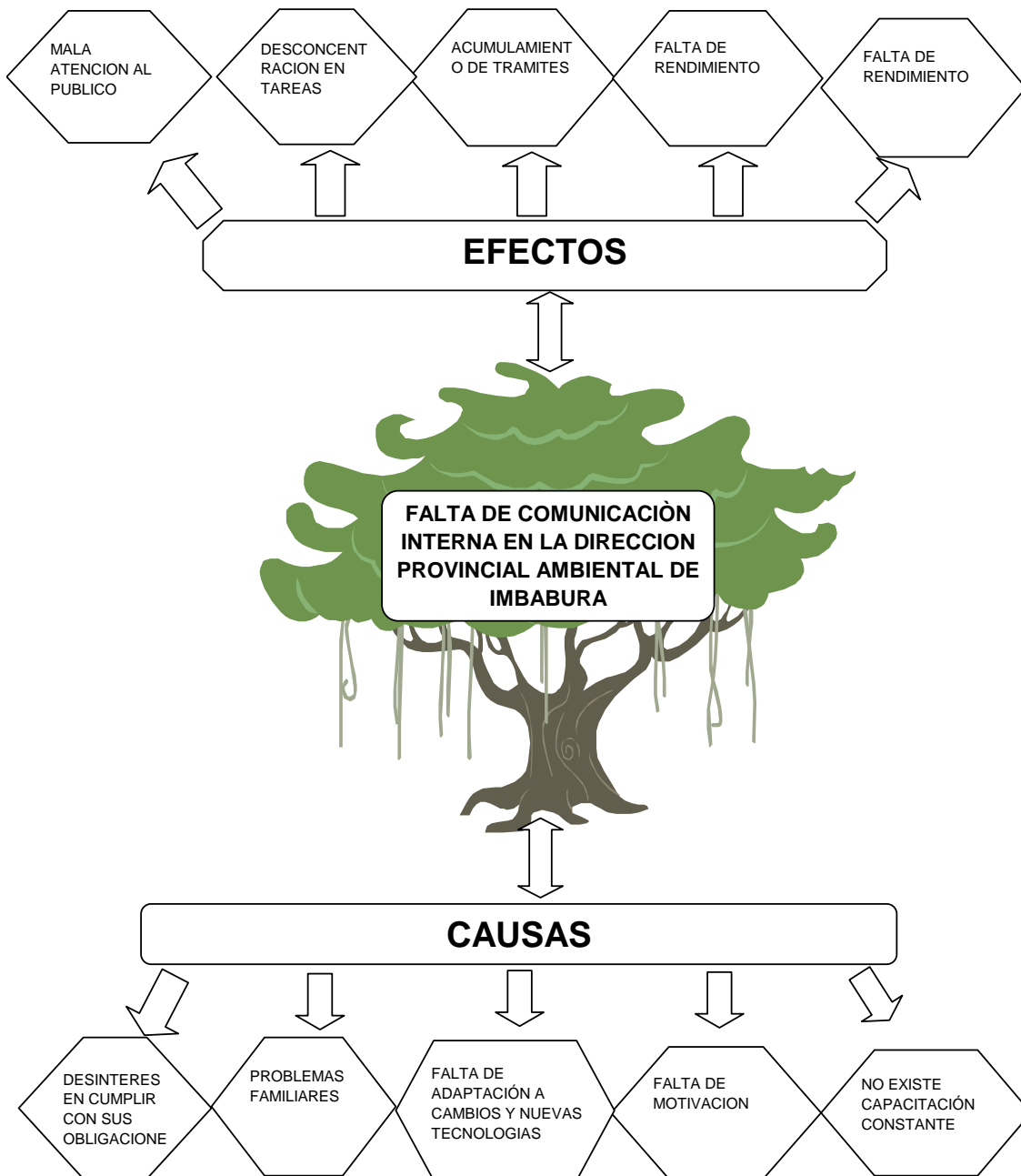
#### **6.10. CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA**

Creemos que esta propuesta servirá en la Dirección Provincial de Imbabura porque abarca sugerencias prácticas del convivir diario entre funcionarios y con el usuario, siendo un material de importancia para el progreso de la Institución.

# ANEXOS

## Anexo 1

### ÁRBOL DE PROBLEMAS



## Anexo 2

### MATRIZ DE COHERENCIA

**TEMA:** ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA DIRECCION PROVINCIAL AMBIENTAL DE IMBABURA

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>
¿Las estrategias alternativas de comunicación mejorarán la comunicación interna en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura?	Mejorar la comunicación interna en la Dirección Provincial de Imbabura para brindar una buena atención al público, mediante estrategias alternativas de comunicación
<b>SUB PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>
<p><b>a)</b> ¿La Dirección Provincial Ambiental de Imbabura no cuenta con estrategias alternativas de comunicación interna para su gestión institucional?</p> <p><b>b)</b> ¿La falta de comunicación oportuna provoca malestar en los clientes?</p> <p><b>c)</b> ¿Los talentos humanos de la institución no aplican estrategias alternativas de comunicación interna</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Diagnosticar la situación comunicativa entre los funcionarios de la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura,</li><li>2. Identificar estrategias alternativas de comunicación interna para mejorar la atención al usuario.</li><li>3. Elaborar una guía de estrategias alternativas de</li></ol>

<p>con el público?</p> <p><b>d)</b> ¿Cree usted que la aplicación de estrategias alternativas sí mejorará las relaciones interpersonales entre usuario y funcionario, visualizando el accionar institucional</p>	<p>comunicación interna que ayuden a mejorar la atención e información al usuario que acude a realizar sus respectivos trámites.</p> <p><b>4.</b> Validar la guía de estrategias alternativas de comunicación interna con expertos y entregar la propuesta a las partes involucradas en esta investigación.</p>
--	---



### **Anexo 3**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
ESPECIALIDAD SECRETARIADO EJECUTIVO ESPAÑOL  
ENCUESTA DIRIGIDA A FUNCIONARIOS**

Estimado compañero:

Usted conoce que en la moderna administración pública la atención a los usuarios o al público es uno de los referentes de cualquier institución de servicio. La presente encuesta recurre a usted para conocer su valioso criterio sobre varios aspectos de la atención al público que realiza nuestra entidad.

Sírvase leer con atención cada inquietud y luego seleccione la respuesta que mejor refleje su opinión o escriba en forma breve su respuesta. No es necesario que escriba su nombre pero le encarecemos sinceridad en sus respuestas.

Gracias por su colaboración

**Sexo    M            F**

1. Evalúe, por favor, la calidad de nuestros servicios a las personas o usuarios que asisten a nuestra entidad. Marque con una (X) cada una de las actuaciones con las evaluaciones propuestas.

<b>ACTUACIONES</b>	<b>EXCELENETE</b>	<b>BIEN</b>	<b>REGULAR</b>	<b>DEFICIENTE</b>
Somos amables y responsables.				
Disponibilidad de ayudar.				
Rapidez en el servicio que prestamos.				
Facilidad de usar los servicios.				
Puntualidad en los horarios de atención.				
Calidad de nuestro servicio en general.				

2. ¿Cree usted que las personas que asisten a la entidad en busca de ayuda o información van satisfechas con la atención que recibe?

- Siempre.
- Casi siempre
- Regularmente.
- A veces.
- Nunca.

3. ¿Cómo ven la comunicación empleados-usuarios en nuestra entidad?

- La mayoría de usuarios comprende nuestras informaciones y Explicaciones.
- Algunas personas comprenden lo que informamos.
- Pocas personas entienden nuestra información y explicaciones.

4. ¿Cree usted que la comunicación interna y coordinación de las diferentes unidades de la Dirección Provincial Ambiental facilitan la atención al usuario?

Sí, totalmente.

Sí, bastante.

Algo.

Muy poco.

5. ¿Cómo ve usted la estabilidad emocional de los funcionarios que laboran en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura ?

Casi todos demuestran estabilidad emocional.

La mayoría demuestran esta actitud.

Algunos demuestran.

Pocos demuestran.

6. ¿Cómo percibe el estado de ánimo de los empleados en su sitio de trabajo?

La mayoría se sienten bien.

Algunos se sienten bien.

Pocos se sienten bien.

7. ¿Cree usted que los usuarios requieren más fuentes de información para conocer nuestros servicios y trabajo que desempeña la Dirección (publicidad radial, folletos, avisos, estafetas, señalética, entre otros?)

Sí, definitivamente.

Sí, en parte.

No.

8. ¿Las actividades y funciones que usted desempeña en la Institución se encuentran acordes con sus conocimientos adquiridos?

Sí, definitivamente.

Sí, en parte.

No.

¿Podría darnos algún comentario adicional sobre el tema?

.....  
.....

9. ¿Cree usted que la institución necesita nuevas tecnologías para mejora la comunicación interna en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura?

Sí, definitivamente.

Sí, en parte.

No.

10. ¿Cree usted que el personal de la entidad requiere cursos de capacitación sobre trabajo en equipo y estrategias de comunicación interna?

Sí, bastante.

Sí, algo.

Poco.

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

**ENCUESTA A USUARIOS**

El presente cuestionario tiene como finalidad identificar los problemas más frecuentes que ocurren en las instituciones públicas, cuando se desconoce o no se aplican de forma adecuada estrategias de comunicación para mejorar la atención al público; cuyos resultados permitirán presentar una propuesta alternativa de solución.

Le solicitamos muy comedidamente se digne responder con la mayor veracidad posible a las siguientes preguntas:

Marque con una x las alternativas que usted crea conveniente.

1.- ¿Cuáles con los servicios por los cuales usted acude a la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura?

Trámites Forestales  Trámites Ambientales  Trámites Jurídicos   
Trámites con el Director  Trámites Administrativos  Denuncias a funcionarios

2.- ¿Cómo califica a la atención que brindan los funcionarios que laboran en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura?

MUY BUENA  BUENA  REGULAR

3.- Cuando usted llega a las oficinas de la Dirección Provincial Ambiental se encuentra satisfecho con la atención recibida?

SI  NO

4.- ¿Cómo percibe el estado de ánimo de los funcionarios que laboran en la Dirección Ambiental de Imbabura?

- La mayoría se sienten bien
- Algunos se sienten bien
- Pocos se sienten bien

5.- ¿Cree usted que la institución necesita nuevas tecnologías para una mejor comunicación entre funcionario y usuario?

- Sí, definitivamente
- Sí, en parte
- No

6.- ¿Cree que le gustaría que mejore en la Dirección Provincial Ambiental, para dar mejor atención al usuario?

- La rapidez
- La Comunicación
- La Puntualidad
- La Cordialidad

7.- ¿Escriba una o más recomendaciones para que los funcionarios mejoren la comunicación con el usuario?

.....  
.....

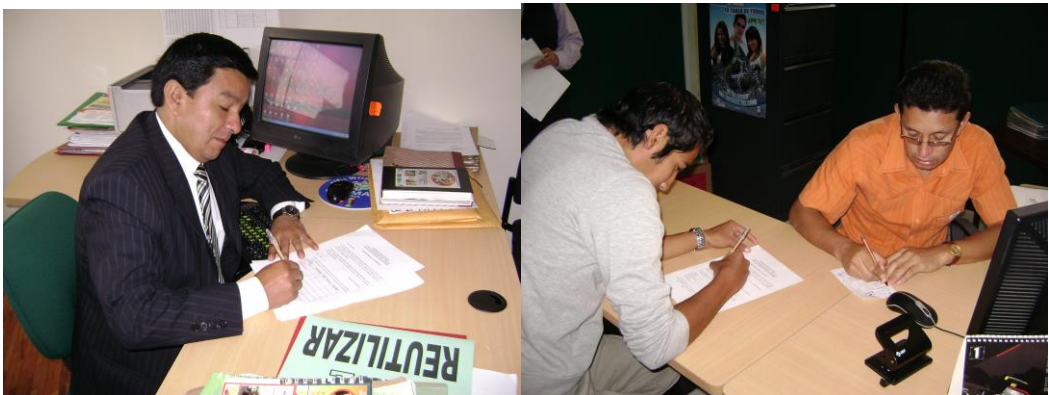
**Gracias por su Colaboración**

**Anexo 4**

**Validando la encuesta**



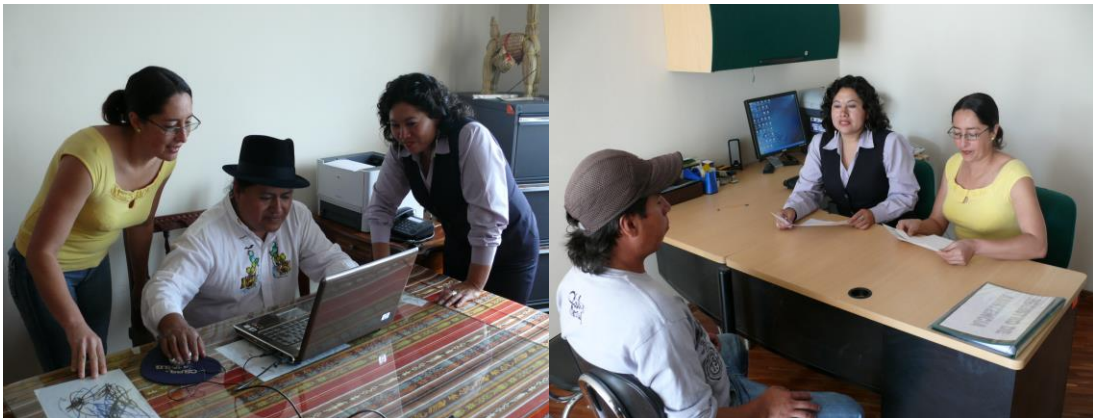
**Momentos de la validación**



## Usuarios llenando Encuestas



## Socialización de la Encuesta







Oficio N. 057 -DPAI-MA  
Ibarra, 09 de Febrero del 2009.

Señoras  
Mónica Maza  
Cecilia Ruiz  
ESTUDIANTES DE LA FECYT  
Ibarra.

De mis consideraciones

En atención a la solicitud suscrita, pongo en su conocimiento la aceptación formal para la realización en la tesis en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura, documento que contribuirá en el progreso y adelanto de la institución a la cual represento.

Agradezco su gentil atención.

Atentamente,



Ing. Segundo Fuentes  
DIRECTOR PROVINCIAL AMBIETNAL DE IMBABURA.

SF/ Mónica M.



**ING. SEGUNDO FUENTES CACERES**  
**DIRECTOR DEL DISTRITO REGIONAL CARCHI-IMBABURA**

## **CERTIFICO**

Que, las estudiantes Mónica Maza y Cecilia Ruiz, presentaron la tesis realizada en la Dirección Ambiental de Imbabura con el tema Estrategias Alternativas de Comunicación Interna en la Dirección Provincial Ambiental de Imbabura, para lo cual emito la respectiva aceptación.

Demostando responsabilidad en el desarrollo de esta propuesta,

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Ibarra, 10 de julio de del 2009

Atentamente,

  
Ing. Segundo Fuentes  
DIRECTOR DEL DISTRITO CARCHI-IMBABURA

