



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **TEMA:**

ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN  
CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL GAD MUNICIPAL  
SANTA ANA DE COTACACHI AÑO 2017

Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciada en  
Secretariado Ejecutivo en Español.

### **AUTORA:**

Haro Bedón Marcela de las Nieves

### **DIRECTORA:**

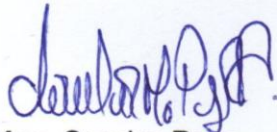
MSc. Sandra Posso

Ibarra, 2017

## CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA

Luego de haber sido designada 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 con satisfacción participar como directora del trabajo de grado con el siguiente tema: "ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL GAD MUNICIPAL SANTA ANA DE COTACACHI, 2017". Trabajo realizado por la señora egresada Haro Bedón Marcela de las Nieves, previo a la obtención del Título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español.

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

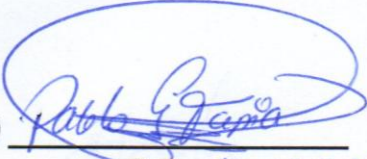


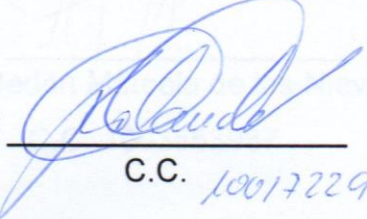
Msc. Sandra Pozo

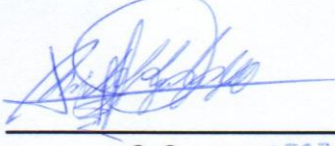
DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinado, aprueba el presente trabajo de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte (UTN):

(f)   
C.C. 1001791696

(f)   
C.C. 100172299-8

(f)   
C.C. 100258363-4

## AUTORÍA

Yo, Haro Bedón Marcela de las Nieves, portadora de la cedula de ciudadanía N° 1003553987, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de la autora, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.



(f)

Haro Bedón Marcela de las Nieves

C.C. 1003553987

## RESUMEN

En el Ecuador la comunicación genera una dinámica de avance positivo en las actividades diarias de las empresas las mismas que son reconocidas por su eficiente y eficaz técnica de intercomunicación entre empleados y generando de esta manera un ambiente agradable para el cliente, la investigación tuvo como propósito primordial analizar los procesos de comunicación y su relación con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi, además se justifica porque es de interés para los funcionarios que laboran en la institución, pero siempre encaminado a mejorar la atención a los clientes que acuden a esta dependencia, en la elaboración del marco teórico se desarrolló de acuerdo a las dos variables del tema de investigación como fueron la comunicación y la atención al cliente, se construyó las bases científicas por medio de libros revistas internet que sirvieron de apoyo pedagógico para su elaboración, hubo una parte metodológica en la cual se desarrolló los tipos de investigación, métodos, técnicas como fue la encuesta que se aplicó a los funcionarios y usuarios que acuden a este lugar de igual forma este instrumento ayudó para la elaboración de gráficos estadísticos que reflejó los resultados que se obtuvieron luego de procesadas y analizadas las encuestas, posteriormente se redactó las conclusiones y recomendaciones a las que llegó el trabajo de grado y por último se elaboró la guía para mejorar la comunicación y la buena atención al cliente, teniendo como beneficio la satisfacción de los clientes tanto internos como externos ya que se cubrirá sus expectativas y demandas

**Palabras claves:** Comunicación, Atención, Cliente, Municipio Satisfacción



## ABSTRACT

In Ecuador communication generates a dynamic of positive progress in the daily activities of the companies the same ones that are recognized by its efficient and effective technique of intercommunication between employees, thus generating in this way a pleasant atmosphere for the client, the research had as purpose to analyze the communication processes and their relationship with the quality of customer service at the "Santa Ana de Cotacachi" GAD (Autonomous Local Government) , in addition this research is justified because it is of interest for the employees who work here, but always aimed at improving customer service who go to this institution, the theoretical framework was developed according to the two variables of the research topic which are: communication and customer service, the scientific bases were constructed by means of books and internet magazines that served as pedagogical support for its elaboration, there was a methodological part where were developed the types of research, methods, techniques as was the survey that was applied to the officials and users who come to this place in the same way this instrument helped to produce statistical graphs that reflected the results that were obtained after the instruments were processed and analyzed. The conclusions and recommendations to which the degree work ended up having helped the making of the guide which was developed to improve communication and good customer service, having as a benefit the satisfaction of both internal and external clients, aiming at fulfilling their expectations and demands.

**Keywords:** Communication, Customer Service, Customer Satisfaction



Victor Rodríguez  
1715496129

*[Handwritten signature]*

## **DEDICATORIA**

Al culminar el trabajo de grado agradezco primero a Dios por brindarme un día más de vida, a mi esposo Martín por su ayuda incondicional su amor y cariño que me brinda día a día y a mi querida hija Martina por su comprensión al momento de dejarla sola para que pueda culminar mi meta profesional y a todos que de alguna manera me apoyaron con alguna palabra de aliento a todos muchas gracias.

**Marcela Haro**

## **AGRADECIMIENTO**

Siempre recordaré con nostalgia mi primer día cuando llegue a la Universidad Técnica del Norte, todo lo que aprendí y compartí con mis compañeros y profesores en el aula de clases, como no agradecer por todo esto y más a Dios ya que sin el nada es posible, mis primeras experiencias y hoy la culminación de una meta que me trace hace cuatro años.

**Marcela Haro**



## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA.....	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL .....	III
AUTORÍA .....	IV
RESUMEN.....	V
ABSTRACT .....	VI
DEDICATORIA .....	VII
AGRADECIMIENTO .....	VIII
ÍNDICE GENERAL .....	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE FIGURA .....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1 MARCO TEÓRICO .....	3
1.1 Fundamentación teórica.....	3
1.1.1 Fundamentación pedagógica.....	3
1.1.2 Fundamentación psicológica.....	4
1.1.3 Fundamentación tecnológica .....	4
1.1.4 La comunicación .....	5
1.1.4.1 Comunicación corporativa.....	6
1.1.4.2 Identidad corporativa .....	6
1.1.4.3 Imagen corporativa .....	7
1.1.5 Comunicación y cultura organizacional .....	7
1.1.6 Comunicación por objetivos .....	8
1.1.7 Comunicación empresarial.....	9
1.1.8 Estilos de la comunicación .....	10
1.1.9 Plan de comunicación .....	10
1.1.9.1 Estructura del plan de medios.....	11
1.1.10 Cliente .....	12
1.1.11 Servicio.....	12
1.1.12 Servicio al cliente .....	13

1.1.12.1	Características de la atención al cliente .....	14
1.1.13	Calidad del servicio .....	15
1.1.14	Ciclo del servicio .....	16
1.1.14.1	Identificación de los momentos de verdad .....	16
1.1.14.2	Requerimientos .....	17
1.1.14.3	Planes de acción .....	17
1.1.14.4	Priorización .....	17
1.1.14.5	Encuesta de satisfacción del cliente .....	18
1.1.15	Triangulo del servicio .....	18
1.1.16	Herramientas para mejorar el servicio .....	19
1.1.17	Momentos de la verdad .....	21
1.1.18	Estrategias del servicio .....	21
1.2	Posicionamiento teórico personal .....	22
1.3	Interrogantes de investigación .....	23
CAPÍTULO II .....		24
2	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	24
2.1	Tipos de investigación .....	24
2.1.1	Investigación bibliográfica .....	24
2.1.2	Investigación de campo .....	24
2.1.3	Investigación descriptiva .....	25
2.1.4	Investigación propositiva .....	25
2.2	Métodos .....	25
2.2.1	Método científico .....	25
2.2.2	Método inductivo .....	25
2.2.3	Método deductivo .....	26
2.2.4	Método analítico .....	26
2.2.5	Método sintético .....	26
2.2.6	Método estadístico .....	26
2.3	Técnicas .....	26
2.4	Matriz de relación .....	27
2.5	Población .....	28
2.5.1	Muestra .....	28

CAPÍTULO III.....	29
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	29
3.1 Encuesta realizadas a los funcionarios .....	29
3.2 Encuesta realizada a los usuarios.....	39
CAPÍTULO IV .....	49
4 PROPUESTA ALTERNATIVA.....	49
4.1 Título de la propuesta .....	49
4.2 Justificación .....	49
4.3 Fundamentación .....	50
4.4 Objetivos.....	51
4.4.1 Objetivo general.....	51
4.4.2 Objetivos específicos .....	51
4.5 Ubicación sectorial y física.....	51
4.6 Desarrollo de la propuesta .....	52
4.7 Impacto.....	73
4.7.1 Impacto social.....	73
4.7.2 Impacto administrativo .....	73
4.8 Difusión.....	73
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	74
Conclusiones .....	74
Recomendaciones.....	75
REFERENCIAS .....	76
Glosario de términos.....	76
Bibliografía.....	78
ANEXOS .....	80
Anexo 1 Árbol de problemas.....	81
Anexo 2 Matriz de coherencia.....	82
Anexo 3 Encuesta dirigida a los funcionarios.....	83
Anexo 4 Encuesta dirigida a los usuarios .....	86
Anexo 5 Listado de trabajadores del GAD de Santa Ana de Cotacachi .....	89
Anexo 6 Fotografías .....	94

Anexo 7	Certificados.....	96
---------	-------------------	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Matriz de relación.....	27
Tabla N° 2	Cuadro de población.....	28
Tabla N° 3	Nivel de formación académica.....	29
Tabla N° 4	Capacitación acorde al cargo que desempeña.....	30
Tabla N° 5	Estrategias para comunicarse interna y externamente.....	31
Tabla N° 6	Cómo es el trato que usted brinda.....	32
Tabla N° 7	Calificación del desempeño laboral.....	33
Tabla N° 8	Es indispensable capacitar al personal.....	34
Tabla N° 9	Al realizar la capacitación mejorará la atención.....	35
Tabla N° 10	La comunicación con los usuarios es de calidad.....	36
Tabla N° 11	Actitud del personal.....	37
Tabla N° 12	La información solicitada es rápida y clara.....	38
Tabla N° 13	El trato que recibe es el esperado.....	39
Tabla N° 14	El personal está dispuesto a ayudarlo.....	40
Tabla N° 15	El personal está calificado para el puesto.....	41
Tabla N° 16	La imagen del personal le da confianza y seguridad.....	42
Tabla N° 17	La información es clara y precisa.....	43
Tabla N° 18	Los medios de comunicación son adecuados.....	44
Tabla N° 19	La comunicación interna es buena.....	45
Tabla N° 20	La respuesta es inmediata ante algún problema.....	46
Tabla N° 21	Existe demora en los trámites.....	47
Tabla N° 22	Se ha mejorado de alguna manera el servicio.....	48

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura N° 1	Nivel de formación académica .....	29
Figura N° 2	Capacitación acorde al cargo que desempeña .....	30
Figura N° 3	Estrategias para comunicarse interna y externamente .....	31
Figura N° 4	Cómo es el trato que usted brinda .....	32
Figura N° 5	Calificación del desempeño laboral.....	33
Figura N° 6	Es indispensable capacitar al personal .....	34
Figura N° 7	Al realizar la capacitación mejorará la atención .....	35
Figura N° 8	La comunicación con los usuarios es de calidad.....	36
Figura N° 9	Actitud del personal .....	37
Figura N° 10	La información solicitada es rápida y clara.....	38
Figura N° 11	El trato que recibe es el esperado.....	39
Figura N° 12	El personal está dispuesto a ayudarlo.....	40
Figura N° 13	El personal está calificado para el puesto .....	41
Figura N° 14	La imagen del personal le da confianza y seguridad.....	42
Figura N° 15	La información es clara y precisa .....	43
Figura N° 16	Los medios de comunicación son adecuados .....	44
Figura N° 17	La comunicación interna es buena.....	45
Figura N° 18	La respuesta es inmediata ante algún problema .....	46
Figura N° 19	Existe demora en los trámites .....	47
Figura N° 20	Se ha mejorado de alguna manera el servicio .....	48





## INTRODUCCIÓN

La provincia de Imbabura cuenta con seis cantones mismos que poseen su gobierno local y por ende su aparato administrativo, técnico, financiero y logístico municipal al servicio de la ciudadanía, donde entre ellos se encuentra el GAD de Santa Ana de Cotacachi considerado el más amplio, teniendo la responsabilidad de velar por el desarrollo de la ciudadanía mediante el servicio eficiente de sus empleados a la ciudadanía a la vez que denote a los usuarios estabilidad comunicacional entre departamentos, para optimizar recursos, agilizar procesos y por ende la correcta funcionalidad de la institución. El GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi es reconocido en el norte del país como una institución innovadora, que impulsa una gestión incluyente y colectiva basada en la Democracia Viva con planificación del territorio, buenos servicios, y desconcentrados.

El problema se genera por la falta de comunicación que se presenta en el GAD de Santa Ana de Cotacachi internamente y externamente siendo este un factor negativo para la atención al cliente y el no resolverlos a tiempo por falta de escasos conocimientos en el tema compromete en la imagen de la institución en el presente y en el futuro. Si bien es cierto los municipios están en la obligación de contratar personal capacitado para el área a fin a la que van a desempeñar con el perfil profesional que se requiere, pero esto no se ha observado en el GAD de Santa Ana de Cotacachi ya que algunas secretarías carecen de un título profesional que avalen su puesto que están ocupando y es por esto que existe dificultades, por la falta de conocimiento en el puesto que está ocupando, además trunca una fluida comunicación con los clientes y con los demás departamentos, demorando los trámites y molestando a los usuarios.

Es evidente que, si no existe una buena comunicación interna entre departamentos por falta de conocimientos de cómo manejar el sistema o como tomar apuntes, usar el teléfono o llevar una libreta, va haber una

demora en los trámites y, por ende, molestias en los clientes desembocando mala atención e imagen institucional deplorable. El poco desarrollo institucional del GAD de Santa Ana de Cotacachi se observa en el diario desenvolvimiento de sus empleados por la falta de comunicación de los empleados esto se debe a la falta de organización y planificación de las tareas de cada departamento para brindar un adecuado y oportuno servicio. La ejecución del trabajo de grado se efectuó en la provincia de Imbabura cantón Cotacachi en el GAD Santa Ana de Cotacachi, en el año lectivo 2016-2017. El objetivo planteado en la investigación es analizar los procesos de comunicación y su relación con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi año 2017.

El trabajo se realizó para conocer los factores internos y externos que afectan la falta de comunicación y como estos repercuten en la atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi ya que este ha sido a lo largo del tiempo un referente institucional por su buen desempeño al servicio de la comunidad, por tal razón se debe de tener muy en cuenta que la comunicación entre departamentos debe ser la más apropiada para no causar malestar en la ciudadanía.

La investigación estuvo vinculada a los procesos dinámicos de la comunicación, procedimientos comunicativos, atención al cliente, ya que esta instancia gubernamental es la fuente de imagen y representación del cantón Cotacachi y los espectadores son los ciudadanos que observan el éxito o fracaso de este. Al finalizar se beneficiarán los empleados de la municipalidad y en especial para ellos quienes tienen acciones fallidas en el accionar diario de sus actividades por la falta de comunicación y coordinación, dinamizando la acción público - servidor o viceversa, sin que se tenga que esperar por una decisión político sino más bien por una emocional, social y de servicio al pueblo, a fin de poner en marcha métodos de control y manejo de situaciones en forma eficaz y eficiente al interno y externo del GAD Sana Ana de Cotacachi.

## CAPÍTULO I

### 1 MARCO TEÓRICO

#### 1.1 Fundamentación teórica

La comunicación en los diferentes medios en los que se encuentre las personas se ha vuelto un instrumento persuasivo para dar a conocer un bien o un servicio o a su vez saber de los acontecimientos sociales, políticos, económicos.

##### 1.1.1 Fundamentación pedagógica

La fundamentación pedagógica estimula al alumno a tener una actitud positiva ante el modelo educativo y ya no hacer un mero espectador o al repetidor, mecánico o memorístico que se convirtió el alumno del pasado más bien a estar inmerso en el como protagonista.

**La fundamentación educativa abarca desde la primera infancia hasta la edad adulta o una máxima educación de una persona que quiere alcanzar, la educación es proporcionada por un padre, la escuela, los profesores, medios de comunicación, estos diferentes métodos educativos quieren abarcar el adelanto psíquico, social, físico de una persona para un reconocimiento propio o colectivo. (López , 2001, pág. 95)**

La didáctica que se utilice para el aprendizaje de una persona en cualquier medio educativo es determinante para su crecimiento profesional que se quiera alcanzar, las estrategias, métodos, técnicas deben de ser motivadoras para conseguir el éxito del individuo.

### 1.1.2 Fundamentación psicológica

La psicología estudia el proceder de las personas como es su manera de interactuar con los demás y como relacionarse, en esta fundamentación está inmersa la teoría del aprendizaje y la instruccionales siendo la última que se utiliza para indicar como se enseña y como se aprende.

**En la fundamentación psicológica no está solo inmerso el aprendizaje ni el aspecto cognitivo sino también la motivación juega un papel fundamental alrededor de esta teoría ya que si un ser humano no está motivado no podrá lograr nada que quiera conseguir. (Sánchez, 2015, pág. 32)**

La motivación juega un papel predominante en el comportamiento de una persona, es más cuando la psicología va inmersa de esta puede lograr que un ser humano consiga las metas que se proponga sean estas personales o empresariales si un individuo que trabaja en una institución pública o privada se siente a gusto lograra transmitir este sentimiento a los clientes que lleguen dando realce a la imagen corporativa de lo contrario logrará el fracaso de la misma ya que alejara a los usuarios.

### 1.1.3 Fundamentación tecnológica

Esta fundamentación va relacionada con el avance tecnológico que va desarrollándose día a día y por ende una persona debe de ir a la par con este adelanto, y contar con una capacitación constante en cuanto a programas que permitan crear servicios que logren satisfacer las necesidades de los clientes.

**La tecnología fue creada para ayudar y facilitar a todas las personas y va evolucionando de acuerdo al cambio y necesidad de cada persona para hacer de cada actividad más rápida y eficaz, siendo beneficiados el entorno social y económico ya que este avance llama la atención de muchas personas ya que alrededor de esta gira un mercado apreciado que mueve mucho dinero. (Marín, 2011, pág. 95)**

En todas las entidades sean públicas o privadas se necesita de tecnología de punta para brindar un buen servicio o llevar un registro de un número grande de usuarios, por tal razón las personas que van a manejar estos aparatos deben ser capacitados para el manejo, cuidado y buen uso del mismo.

#### 1.1.4 La comunicación

Todas las funciones o actividades que se realicen están relacionadas en base a la comunicación, para tener éxito o fracaso en una empresa pública o privada depende mucho de cómo se maneje o canalice los niveles de comunicación y se conozca bien a qué público objetivo va direccionados, para de esta manera no tener impacto negativo en la institución.

“La comunicación esta interrelacionada entre el emisor y el receptor en el cual el principal objetivo es enviar y recibir el mensaje a través de un canal para luego esperar que se produzca una respuesta” (Castillo, 2016)

- **Emisor.** - Es la persona que se encuentra encargada de emitir el mensaje que se desea hacer llegar
- **Receptor.** – Es la persona que al momento que llega el mensaje lo recibe y lo interpreta de la manera que el crea pertinente
- **Mensaje.** – Es la información que se quiere dar a conocer para informar sobre algún tema en particular, el mensaje puede ser estructurado y no estructurado
- **Canal.** – Es le medio que se utiliza para hacer llegar un mensaje para alguna persona determinada
- **Código.** - Se pude decir que son signos y reglas que forman un lenguaje para poder estructurar un mensaje y que llegue de manera clara a la persona que lo va recibir

- **Contexto.** - Son las circunstancias en las que se desenvuelve un escenario como es la hora el lugar.

#### **1.1.4.1 Comunicación corporativa**

La comunicación corporativa se define como las acciones que van encaminadas al público interno y externo de una empresa tanto público como privada, según (Costa & Túñez, 2014, pág. 65) dice que “es la ciencia que se encarga de dirigir los mensajes a través a través de la institución hacia las partes que las requiere”. La palabra corporativo abarca homogeneidad y trabajo en equipo para lograr objetivos y llegar a metas comunes.

#### **1.1.4.2 Identidad corporativa**

La identidad corporativa de las empresas se define por medio de los valores o características que posee, y que la hace distintas a las demás, que a lo largo del tiempo se posicionara con mayor o menor intensidad en la mente de los consumidores, aunque no se comunique nada siempre se está enviando mensajes de manera visual y es la más utilizada por las instituciones para identificar su identidad.

“En cualquier institución la imagen corporativa es de vital importancia y que necesita comunicase con el público externo e interno para un buen desvalimiento” (Menéndez, 2012, pág. 20), en otras palabras, es la personalidad que muestra al pública que observa desde afuera, por tal razón debe de estar impecable para poder posicionarse en el medio y para el éxito de la misma.

Siendo la identidad corporativa la imagen que muestra a los clientes tanto internos como externos se debe tener como el espectador la observa ya que tiene que ver con el aspecto visual de la empresa influyendo de



cierta manera en la decisión de uso del servicio o de compra de un producto.

#### **1.1.4.3 Imagen corporativa**

Es como el público se representó mentalmente la imagen de la empresa y como se llegó a posicionar en ella siendo el resultado de las campañas publicitarias, mensajes, o como haya sido atendido, en muchas ocasiones una imagen agradable puede volverse mala muy rápido. “Una imagen corporativa se crea para atraer a un público objetivo para persuadir sobre su uso” (León, 2015, pág. 96)

Se debe de cuidar de la imagen que los empleados de una institución brindan a los usuarios ya que son unas de las primeras personas que muestran el producto o servicio de la institución dependiendo de estos el éxito o fracaso del posicionamiento de los productos o servicios en el mercado.

#### **1.1.5 Comunicación y cultura organizacional**

Las empresas tanto públicas como privadas se diferencian por su cultura corporativa que su fueron trazando a través del tiempo y fueron evolucionando conforme fueron los avances tecnológicos y de acuerdo a la realidad del entorno que le rodea, ya que las raíces de las personas son las que hace la diferencia de los demás, las culturas y tradiciones son originarias del lugar donde se encuentran siendo un icono representativo de una cultura.

“La cultura es aquello que todas las personas comparten en un mismo entorno social “ (Álvares, 2013, pág. 83) “La comunicación viene a ser un papel importante para dar a conocer las actividades que realiza a favor del cliente” (Álvares, 2013, pág. 83)

### 1.1.6 Comunicación por objetivos

En cualquier empresa la comunicación es de vital importancia y siendo una necesidad vital para las personas, de la buena comunicación que mantengan sus empleados internamente depende mucho de la solidez de la misma, pero es necesario estar en constante seguimiento de cómo están los procesos que llevan los empleados si están cumpliendo o no los objetivos que se trazó la empresa.

“La comunicación por objetivos consta de siete preguntas ¿quién comunica?, ¿qué comunica?, ¿a quién? ¿por qué medios? ¿con qué efectos? ¿con qué resultados?” (Costa J. , 2015, pág. 63), este paradigma pasivo cambia a ser un modelo estratégico y de control para las empresas y que desean tener éxito en las empresas

- **¿Quién comunica?** – Es la empresa o persona que quiere dar a conocer un mensaje sobre un producto o servicio, y el peso o valor del mismo es según quien lo haga ya que debe ser notoria su presencia.
- **¿Qué comunica?** - Se debe de hacer un resumen de todas las ideas importantes de lo que se quiere comunicar en orden jerárquico explicando de manera clara y concisa el tema a tratar para que el mensaje se receptado con claridad.
- **¿A quién?** – Se debe realizar un estudio previo del grupo de mercado al que se desea llegar con el mensaje para que tenga éxito el producto o servicio con él se pretenda llegar
- **¿Por qué medios?** – Los medios o canales de publicidad que se vayan a utilizar deben ser los más adecuados y elegidos de acuerdo al público al que se quiera llegar de acuerdo al rango de edad se puede utilizar prensa, radio, televisión, internet, redes sociales, etc. ya que cada persona utiliza diferentes instrumentos para informarse.

- **¿Con qué efectos?** – Los efectos que se desee tener luego de utilizar cualquier medio publicitario dependerá mucho del éxito o fracaso del mismo ya que si se tiene un error al transmitir el mensaje no se lograr buenos resultados, pero de lo contrario si se utiliza bien los diferentes medios publicitarios se logrará posicionarse en la mente de los consumidores un producto o servicio.
- **¿Con qué resultados?** – Los resultados esperados por las instituciones dependerá de cómo el consumidor llegue a adquirir el producto o servicio luego de utilizar todas las estrategias anteriores, esperando que el resultado sea la realización de la compra o la utilización del servicio que se oferta.

### **1.1.7 Comunicación empresarial**

La comunicación de las empresas públicas o privadas es un activo intangible pero que es de vital importancia para estas ya que los empleados deben de desarrollar bien la comunicación tanto interna como externa, para poder transmitir los valores y cumplir los objetivos y dependiendo mucho de esto para el éxito o fracaso de la misma.

“Debe existir una fluidez entre departamentos para conseguir los objetivos planteados por la empresa de esta manera se consigue el éxito de la comunicación empresarial, teniendo una amplia comunicación entre departamentos” (Ñáñez , 2016, pág. 26)

La comunicación empresarial es la encargada de desarrollar flujos directos con los clientes internos o externos que están en contacto y de esta manera disminuir tiempo y acelerar procesos, un elemento clave es la información es el que ayuda a comunicar entre una o más personas un mensaje, ya que sin él no sería posible transmitir y llegar hacia donde se quiere.

### 1.1.8 Estilos de la comunicación

“Las personas a lo largo de la vida van desarrollando un sin número de estilos de comunicación con el motivo de poder dar conocer un mensaje” (Rodríguez, 2011, pág. 94), sin embargo, esto puede ser alterado dependiendo del lugar en el que se encuentren y de otros aspectos como las costumbres, creencias, grupos religiosos, etc. los estilos de comunicación más usados en nuestro medio son los siguientes:

- **Comunicación pasiva.** - Esta comunicación busca mantener la calma y una respuesta pasiva para evitar confrontamientos con otra persona evitando pasar desapercibido
- **Comunicación agresiva.** – Utiliza la agresión para conseguir los objetivos que quiere alcanzar sin que le interesen los sentimientos de la otra persona
- **Comunicación asertiva.** – Es la más usual y recomendada de utilizar por ser la más natural, directa y clara y abierta a cualquier inquietud, duda o sugerencia vertida durante el dialogo, además respeta a uno mismo y las demás personas sus opiniones así no sean las correctas, pero buscan una solución sin llegar a un conflicto durante se desarrolla la comunicación.

### 1.1.9 Plan de comunicación

“El plan de comunicación debe ser estructurado de acuerdo al público interno o externo que se quiera llegar sin olvidar lo más importante que es el ser humano en este plan” (Villa Casal, 2014, pág. 45), el sustento se hace a base de las relaciones formales e informales que las personas las fomentan en el diario vivir del trabajo, creando de esta manera canales de comunicación innovadores.

Los lazos de amistad que se desarrollan en el trabajo son importantes siempre y cuando sean honestos y transparentes para que exista un ambiente de compromiso de cada uno de ellos.

#### **1.1.9.1 Estructura del plan de medios**

Un plan de comunicación debe de estar encaminado con las estrategias de una empresa y deben tener una interrelación con los trabajadores de las empresas, continuación se muestra la estructura.

- **Definición del alcance.** – “Debe de existir una interrelación entre el público interno y externo para conseguir una eficacia y eficiencia hasta alcanzar los objetivos de la empresa siendo todo posible cuando existe la predisposición de las personas” (Casals, 2016, pág. 34).
- **Objetivos.** - “Los objetivos que se planten deben de ser claros y cuantificables para poderlos conseguir y que sean realistas” (Casals, 2016, pág. 34).
- **Públicos objetivos.** – “Es a donde se quiere llegar, pero es mejor realizar filtros para seleccionar el grupo de personas al que se desea llegar con el mensaje” (Casals, 2016, pág. 34).
- **Mensajes.** – “Los mensajes que se desee enviar estará estrechamente ligado con el departamento al que pertenezca y se debe utilizar diferentes estilos de comunicación ya que está rodeada de diferentes públicos” (Casals, 2016, pág. 34).
- **Acciones.** – “Figuran las actividades y medios a desenvolver en el plan de medios para lo cual debe de existir una persona que sea la responsable y utiliza por lo menos un mecanismo de retroalimentación para medir el grado de eficiencia de las tareas hechas en la empresa” (Casals, 2016, pág. 34).

- **Mecanismos de retroalimentación.** – “Este canal es utilizado para determinar si los canales que se utilizaron cumplieron su propósito para lo que fueron utilizados y observar que cantidad del público objetivo obtuvo el mensaje y que impacto le generó” (Casals, 2016, pág. 34).
- **Cronograma.** - “En el cronograma se deben enlistar las fechas para anotar los eventos más importantes” (Casals, 2016, pág. 34).
- **Presupuesto.** - “Este presupuesto se realizará con el fin de calcular el costo que generará realizar este plan de comunicación “ (Casals, 2016, pág. 34).

#### **1.1.10 Cliente**

Todos los esfuerzos que las empresas hacen van encaminadas a buscar la satisfacción de los clientes tanto internos como externos, ya que la actualidad el mercado es muy competitivo y cada vez es más variado los productos o servicios que ofertan y todos van encaminados a satisfacer y cubrir las necesidades de cada uno de ellos.

“El cliente es el principal actor en una empresa por tal razón todos los esfuerzos de una compañía van encaminados a la satisfacción de cada uno de ellos” (Pérez Torres, 2010, pág. 3)

La razón fundamental para la creación de un producto o servicio es para buscar satisfacer la necesidad de un cliente por tal razón se debe conocer cuáles son los gustos, preferencias y demás antes de ser creado.

#### **1.1.11 Servicio**

Al momento de ofertar un servicio hace falta más que amabilidad y buen trato, pero sin descartar que estos puntos son importantes para determinar el nivel de satisfacción de un cliente, el ambiente juega un papel importante



para que sea agradable el entorno en el que el servicio o producto se esté exhibiendo, otro punto a favor es la comunicación que debe ser fluida entre todos los funcionarios de la empresa para dar una pronta ayuda a los demandas o molestias de los consumidores y con esto cubrir sus expectativas.

“Los productos o servicios pueden producir en los consumidores experiencias inolvidables que después de un corto o largo tiempo determinan el nivel satisfacción” (Vértice, 2010, pág. 13)

La satisfacción de un producto o servicio se puede medir por medio del nivel de aceptación que tuvo frente a los consumidores potenciales, y se puede observar por medio de los diferentes canales que se utilizaron para dar a conocer. Las características de los servicios son las siguientes:

- **Intangibles.** – No se puede tocar, pero al momento de recibir el servicio se lo puede sentir
- **Inseparable.** – No se puede determinar quién oferta el servicio
- **Personal.** – No importa cuántas reglas distintas se tenga cada persona es diferente a la otra cada quien es única por tal razón la primera impresión siempre es la que cuenta
- **Consejos y estrategias.** – Siempre el servicio va ir de la mano de las estrategias por tal razón es la mejor herramienta que se utiliza

#### **1.1.12 Servicio al cliente**

El servicio al cliente es la manera como se oferta al consumidor sus diferentes productos o servicios siempre encaminada a la satisfacción personal de cada una de ellos en el momento y lugar oportuno este punto es clave en las organizaciones si se maneja de manera adecuada.

“Se puede decir que el servicio al cliente es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa pública y privada, pequeña o grande y que se encuentra en contacto con los clientes, buscando cubrir sus necesidades y satisfaciendo sus expectativas” (Office of Government Commerce, 2010, pág. 80)

El personal que está en contacto directo con los clientes debe ser capacitado para lograr un trato oportuno y adecuado de esto se trata el servicio al cliente buscando siempre la satisfacción total de los usuarios que acuden por un producto o servicio

#### **1.1.12.1 Características de la atención al cliente**

Todos los clientes que acuden a cualquier empresa tanto pública como privada son importantes ya que son los que generan un valor distintivo a estas, por tal razón se buscan conseguir calidad en los productos o servicios que ofertan a los consumidores para de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes y llevar con éxito la empresa, para conseguir se debe seguir los siguientes pasos:

- **Honestidad.** - Los consumidores buscan encontrar en un producto o servicio o lo que le están ofreciendo sin esperar más o menos de lo contrario lograrán desilusionar y alejar a los clientes sin lograr que ocurra otra vez el efecto de compra (Sánchez P. , 2012, pág. 18)
- **Cumplir.** – El producto o servicio que se vende debe cumplir todo lo que ofrece de eso se trata y tiene que ver también con la honestidad para conseguir fidelidad de un cliente, no se debe engañar. (Sánchez P. , 2012, pág. 18)
- **Transparencia.** - Al ofertar el producto o servicio se debe ser claro y preciso con lo que se está ofreciendo sin ocultar nada avisando siempre

los ventajas y beneficios que ofrece para que quede satisfecho. (Sánchez P. , 2012, pág. 18)

- **Predecible.** - Se debe cumplir con el cronograma de entrega de los productos o servicios de los productos o su vez de los lanzamientos de los mismos de manera habitual. (Sánchez P. , 2012, pág. 18)
- **Honrar la palabra.** – Si un producto o servicio no salió con las condiciones adecuadas para la satisfacción de un cliente y este busca su cambio se le debe cambiar si así es la política de la empresa y siempre se debe estar centrados en la satisfacción personal de cada cliente. (Sánchez P. , 2012, pág. 18)
- **Poseer productos o servicios de calidad.** – La manera adecuada de conseguir fidelidad de los clientes es poseer productos o servicios de calidad que logren satisfacer las necesidades y cumplir las expectativas de los clientes. (Sánchez P. , 2012, pág. 18)

### 1.1.13 Calidad del servicio

Al momento que un cliente identifica un producto o servicio y la asocia con calidad ya no se para hacer un análisis de los componentes que la integran solo se limita adquirir y consumir, y esto es lo que buscan las empresas mejorar la calidad como prioridad y meta futuro que desea alcanzar.

“La gestión de la calidad es la mejora continua en todos sus procesos que busca una empresa conseguir con un producto o servicios hasta llegar satisfacer un cliente” (Vértice, 2010, pág. 14)

La calidad permite que los consumidores elijan el producto adecuado sin menores dudas optimizando tiempo y recursos, además esto es

beneficioso para la empresa ya que atrae a más consumidores por su alta calidad y competitividad en el mercado.

#### **1.1.14 Ciclo del servicio**

Los consumidores están en constante evaluación de los productos o servicios que las empresas ofertan por eso estas están en la obligación de mantenerles en constante innovación la publicidad y los demás componentes que los requieren para conseguir este cambio exitoso, y de esta manera conseguir la satisfacción de los clientes.

“Se puede decir que el ciclo del servicio son los pasos que un cliente toma hasta llegar a realizar la compra del producto o utilizar el servicio y todos los puntos son importantes ya que en cada uno de ellos el consumidor va evaluando como es el servicio que está recibiendo y si está satisfaciendo las expectativas de este, ya que de esto dependerá mucho para futuras compras” (Prieto, 2016, pág. 86)

El ciclo del servicio se puede optimizar cuando los pasos a seguir son menos los puntos que son de contacto esto quiere decir que el consumidor va a realizar menos tramites hasta conseguir lo que el desee, pero siempre recibiendo un buen servicio.

##### **1.1.14.1 Identificación de los momentos de verdad**

“Para empezar con la identificación de los momentos de la verdad se debe empezar con los promotores para conocer la primera versión que se muestra en el ciclo del servicio, ya que en este punto se recibe a diario la información del producto o servicio que se oferta” (Prieto, 2016, pág. 86).

Se debe de evaluar como estuvieron los procesos en contacto con los usuarios como son la publicidad en radio, la difusión del producto o servicio,

promoción, hasta llegar el consumidor a irse de la empresa, para de esta manera conocer como fue la experiencia.

#### **1.1.14.2 Requerimientos**

“Para este punto se debe ponerse en los zapatos de los consumidores para conocer qué es lo que necesita y cuáles son los requerimientos que le hacen falta al producto o servicio” (Prieto, 2016, pág. 86)

En los requerimientos también juega un papel importante las expectativas con las que un cliente desea conseguir obtener al momento de adquirir un producto o servicio.

#### **1.1.14.3 Planes de acción**

“En el plan de acción esta involucrados los directivos de las empresas ya que son estos los encargados de encontrar las mejores estrategias para mejorar el producto o servicio que se ofrece” (Prieto, 2016, pág. 86)

Al decidir los planes de acción a tomar se debe considerar las mejores estrategias y las adecuadas tomando en cuenta los planes más coherentes para implementarlos en la compañía y de esta manera llegar a conseguir la satisfacción del cliente, además deben de estar enfocados a dar una pronta solución a los problemas que se presentara si fuera el caso.

#### **1.1.14.4 Priorización**

“Una vez que se ha determinado los planes de acción más coherentes a seguir se debe priorizar las mejores para trabajar en ellas para encontrar los resultados esperados y se vean reflejados en la satisfacción total del cliente” (Prieto, 2016, pág. 86)

En este punto los altos directores son los encargados en determinar hasta qué punto se debe involucrar el plan de mejoras en la empresa y ver si tendrá los resultados esperados.

#### **1.1.14.5 Encuesta de satisfacción del cliente**

“Siempre es importante conocer el nivel de satisfacción de un cliente después de haberse producido la compra, ya que de este depende el éxito o fracaso del producto o servicio” (Prieto, 2016, pág. 86)

Al momento de la elaboración de la encuesta no se debe inducir a que responder sino ya no se podrá conocer a ciencia cierta el resultado verdadero de este estudio, además se debe encaminar las preguntas a conocer como satisfacer las necesidades y cubrir las expectativas de los clientes

#### **1.1.15 Triangulo del servicio**

En el triángulo del servicio están inmersos cuatro figuras que son en el centro el cliente, en la parte de arriba las estrategias del servicio al izquierdo los sistemas y al derecho el personal, perimiendo de esta manera interactuar y logrando satisfacer a los clientes.

“Los cuatro puntos del triángulo del servicio para que tengan un buen resultado en las empresas deben de trabajar en conjunto de manera sincronizada ya que de forma individual no lograrían nada “ (Escobar, 2010, pág. 158)

- **Cliente.** – Al momento que se habla de un cliente se debe trabajar en mantener a los actuales y atraer a los potenciales ya que alrededor de estos giran el éxito o fracaso de los mismos, pero siempre buscando las diferentes alternativas de satisfacción



- **Estrategia de servicio.** – Este punto permite pensar en el cliente y que este el principal actor en torno de la empresa y que todos los esfuerzos van canalizados a la satisfacción total
- **Personal.** – El personal es el que está directamente inmerso con el cliente hasta que por ellos mismos vean y asocien el producto o servicio con la calidad
- **Sistemas.** – Es la interacción directa con el cliente por tal razón cualquier sistema que se utilice debe hacer una experiencia agradable ante la vista, gusto del cliente para conseguir la satisfacción total consumidor al momento de adquirir el producto

#### **1.1.16 Herramientas para mejorar el servicio**

Lograr la satisfacción de los clientes en un punto a favor que será la diferencia de los demás de la competencia, fortaleciendo a la empresa, pero no es fácil siempre mantener complacidos a los clientes por eso es necesario buscar claves distintas para actualizarse y estar al día en cuanto a que necesitan, para no perder a los consumidores hay que ser innovadores y siempre buscar la satisfacer las necesidades y cubrir sus expectativas.

- **Responder a la información con prontitud**

Al momento que se genera una pregunta se la debe realizar la respuesta sin demora dándole prioridad a esta esto demostrará que es un profesional y que sabe realizar el trabajo que está desempeñando y que siempre está preocupado por sus clientes (Sendra, 2014, pág. 77).

- **Responder a las quejas**

Si se presenta una queja por parte de un cliente al momento de adquirir un producto o servicio se debe dar a la brevedad una solución,

aprovechando este contratiempo en cambiar el problema en oportunidad y de esta manera conseguir un consumidor fiel, esto depende si la solución que fue brindada cumplió sus expectativas (Sendra, 2014, pág. 77).

- **Como gestionar los reclamos de manera eficiente**

Al gestionar los reclamos de manera correcta se evita cometer en menor número de errores con los usuarios cuando ya han ocurrido, pero es imposible evitar errores en las empresas ya que está conformada por personas que las integran y estos pueden ocurrir debes en cuando (Sendra, 2014, pág. 77).

- **Pedir disculpas**

Si al momento de que un cliente se siente ofendido por alguna situación de inmediato se debe pedir disculpas de ser el caso y responsabilizarse por la acción que se ha cometido, las justificaciones en este caso no son valederas, sino que provocan mucha más insatisfacción ante los usuarios (Sendra, 2014, pág. 77).

- **Comunicación**

Se debe transmitir con claridad el mensaje hacia el cliente lo que el producto o servicio oferta y escuchar las necesidades de los consumidores lo que necesitan para de esta manera conocer y satisfacer sus necesidades y demandas. (Sendra, 2014, pág. 77).

- **Confianza**

Los empleados de una empresa que tienen confianza en la compañía son capaces de transmitir a los clientes todo lo que esta ofrece y siendo muy útiles al momento de resolver problemas cuando se presentan. (Sendra, 2014, pág. 77).

### **1.1.17 Momentos de la verdad**

El momento de la verdad se refiere al instante en que el consumidor está en contacto directo con el producto o servicio y es el momento en el que se determina la calidad del mismo y si satisface sus gustos, necesidades y expectativas actuales y futuras.

“El cliente desconoce todo lo que gira alrededor del producto o servicio y lo que está entorno a la empresa solo conoce lo que el producto hace por él y de esta manera lo califica” (Guajardo, 2008, pág. 86)

Al momento que un consumidor está en el momento de la verdad y sus necesidades no son cubiertas ese instante se lo determina como momento crítico, estos momentos hacen a las empresas determinar las fallas y por medio de estas mirarlas como oportunidades para conseguir por medio de estas mejorar el producto o servicio.

### **1.1.18 Estrategias del servicio**

Sin duda alguna una de las mejores estrategias que se utiliza en el mercado es como se brinda el servicio y es por eso que “muchas de las empresas fallan en este punto por que los pilares fundamentales no trabajan en conjunto, algunas estrategias se muestran a continuación” (Kotler & Armstrong, 2003, pág. 307)

- El puesto que designe a una persona debe de estar acorde a sus necesidades ya que de esto depende que él ame lo que hace y tenga éxito que su lugar de trabajo.
- Al momento de que se genera un problema se debe resolver en el instante que ocurrió sin dejar para después ya que el cliente no quedara satisfecho, sino que se ira con un mal sabor y no volverá a adquirir el producto o servicio

- Estar pendiente las 24 horas al día de las necesidades de los consumidores ya que la tecnología de hoy en día así lo requiere siempre en la actualidad
- Al momento de crear un producto o servicio se debe generar una expectativa hacia la marca esto hace la diferencia de los demás ya que llama la atención de los clientes
- Generar nuevas experiencias al momento de adquirir el producto o servicio no caer en la monótono que acabará aburriendo al cliente y alejándolo de la empresa
- Al momento que un cliente pide un producto o servicio se debe realizar la venta en el menor tiempo posible para no cansar al cliente
- Mantener un estudio constante de los gustos, preferencias, costumbres, hábitos de los clientes para de esta manera encaminar la publicidad y el producto hacia una mejor satisfacción personal del consumidor
- Si se desea negociar un producto o servicio es importante aprender a negociar las mejores condiciones tanto para la empresa como para el consumidor de esta manera las dos partes saldrán beneficiadas
- Hay días que no parece que las cosas marchan bien pero no hay que rendirse en cualquier momento las cosas cambian y en el momento menos lo espera llega la recompensa

## **1.2 Posicionamiento teórico personal**

El trabajo de grado se fundamenta en la teoría de la construcción del conocimiento el cual se enfoca en el pensamiento individual de cada persona el cual debe enfocarse en la satisfacción del cliente en cubrir sus expectativas y demandas del producto o servicio que se oferta.

La necesidad de auto educarse es imprescindible en cualquier parte del país y aún más cuando se está desempeñando algún cargo público, siempre el mantenerse al día en temas acorde al área que trabaja es beneficioso para la empresa ya que se ve un adelanto y muestra una buena imagen al público que la visita, de igual manera la comunicación es sinónimo de buenas relaciones interpersonales y de trabajo en equipo siendo la organización la encargada de realizar un plan estratégico para que se direcciona de mejor manera.

Se propone realizar una guía para mejorar la comunicación y el buen trato al cliente que acude al GAD de Santa Ana de Cotacachi el mismo que será de mucha ayuda ya que se verá reflejado en la satisfacción de los clientes cuando acudan a realizar algún trámite a esta entidad y así mismo la empresa tendrá un crecimiento institucional en la imagen corporativa.

### **1.3 Interrogantes de investigación**

- ¿Cómo diagnosticar los procesos que intervienen en la comunicación y la relación que tienen con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi?
- ¿De qué manera elaborar una propuesta alternativa para mejorar los procesos de comunicación para mejorar la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi?
- ¿Cómo socializar la propuesta con las autoridades y secretarías del GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi?

## **CAPÍTULO II**

### **2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 Tipos de investigación**

El trabajo de grado tiene los siguientes tipos de investigación:

##### **2.1.1 Investigación bibliográfica**

“La investigación bibliográfica es la encargada de encontrar un sin número de información sobre un determinado tema de forma sistemática, pero cabe indicar que no analiza en ningún momento el problema” (Pineda Ramírez, 2005). El trabajo de grado se fundamentó bibliográficamente con libros, revistas, páginas de internet, ya que las fuentes que se obtuvieron sirvieron para la elaboración del marco teórico el cual es el sustento teórico de la presente investigación.

##### **2.1.2 Investigación de campo**

También el trabajo de grado fue de campo ya que se trabajó en el sitio donde ocurrió los hechos en el GAD de Santa Ana de Cotacachi de la ciudad de Cotacachi provincia de Imbabura para conocer las causas y efectos que arrojaron el problema de investigación que fue: ¿Cómo los inadecuados procesos afectan la comunicación con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi?

### **2.1.3 Investigación descriptiva**

Se utilizó la investigación descriptiva para determinar uno a uno cada problema que se detectó en el trabajo de investigación, conociendo a ciencia cierta la verdadera problemática de la indagación.

### **2.1.4 Investigación propositiva**

Al conocer el problema que arrojó el trabajo de investigación ¿Cómo los inadecuados procesos afectan la comunicación con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi?, el trabajo de grado la investigación propositiva permitió dar una solución posteriormente de conocer los resultados que arrojó dicha indagación

## **2.2 Métodos**

### **2.2.1 Método científico**

En el trabajo de investigación el método científico fue de mucha ayuda para su estructura desde la formulación del problema hasta la encontrar la solución que fue con la realización de la propuesta, que es guía para mejorar los procesos de comunicación y atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi año 2017

### **2.2.2 Método inductivo**

El método inductivo investiga de manera individual cada uno de los procesos del trabajo de grado se dirige desde lo particular hasta llegar a lo general.

### **2.2.3 Método deductivo**

Para la estructuración del tema se utilizó el método deductivo el cual va de lo general a lo particular.

### **2.2.4 Método analítico**

Luego de aplicada las encuestas a los funcionarios y usuarios que acuden al GAD de Santa Ana de Cotacachi se procedió a analizar e interpretar cada una de ellas.

### **2.2.5 Método sintético**

Este método sirvió de ayuda para extraer las conclusiones y recomendaciones a las que llegó el trabajo de investigación después de haber aplicado las encuestas a los funcionarios y usuarios que acuden al GAD de Santa Ana de Cotacachi.

### **2.2.6 Método estadístico**

El método estadístico es de importancia en la investigación ya que por medio de este se recolecta y procesa los datos que se obtuvieron luego de aplicadas las encuestas, para posteriormente plasmar esta información por medio de gráficos estadísticos y colocar un análisis de cada pregunta.

## **2.3 Técnicas**

La técnica que se utilizó fue la encuesta que se aplicó funcionarios y usuarios que acuden al GAD de Santa Ana de Cotacachi, de la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura.



## 2.4 Matriz de relación

**Tabla 1 Matriz de relación**

<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Fuente</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Diagnosticar los procesos que intervienen en la comunicación y la relación que tienen con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi</li> </ul>	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interna y externa</li> <li>Imagen</li> <li>Información rápida y clara</li> <li>Medios de comunicación adecuados</li> </ul>	Encuesta	Funcionarios y usuarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi
<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar una propuesta alternativa para mejorar los procesos de comunicación para mejorar la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi</li> </ul>	Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trato</li> <li>Desempeño laboral</li> <li>Capacitación</li> <li>Atención de calidad</li> <li>Actitud</li> <li>El personal está dispuesto ayudarlo</li> <li>Demora en la entrega de trámites</li> <li>Ha mejorado el servicio</li> </ul>	Encuesta	Funcionarios y usuarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi

Elaborado por: Marcela Haro

## 2.5 Población

**Tabla 2** Cuadro de población

Funcionarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi	98
Usuarios que acuden al GAD de Santa Ana de Cotacachi	80

Elaborado por: Marcela Haro

### 2.5.1 Muestra

Por tratarse de una población pequeña no se procederá al cálculo de la muestra, sino que se trabajará con todos los involucrados en la investigación

## CAPÍTULO III

### 3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 3.1 Encuesta realizadas a los funcionarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi

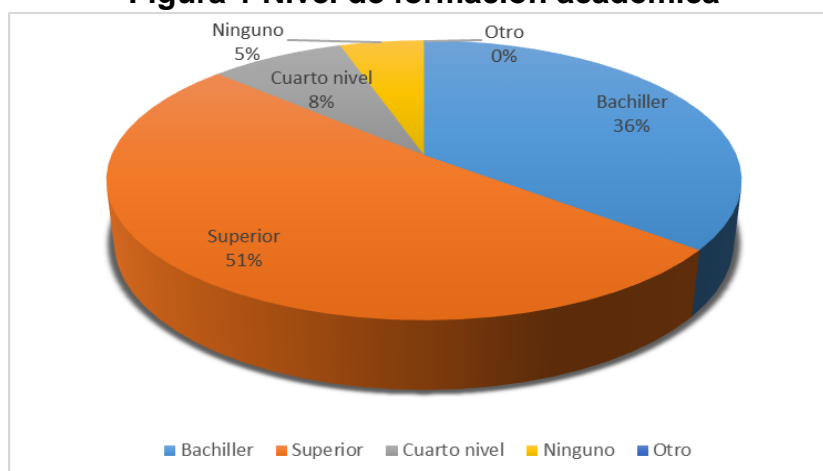
##### 1. ¿Cuál es su nivel de formación académica?

**Tabla 3 Nivel de formación académica**

Variable	Frecuencia	%
Bachiller	35	36
Superior	50	51
Cuarto nivel	8	8
Ninguno	5	5
Otro	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 1 Nivel de formación académica**



**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

## Análisis

El nivel profesional de los funcionarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi es variado ya que depende del cargo que ocupa el perfil profesional de cada funcionario para desempeñar la dignidad encomendada

### 2. ¿Su capacitación es constante en temas acorde a su puesto que está ocupando?

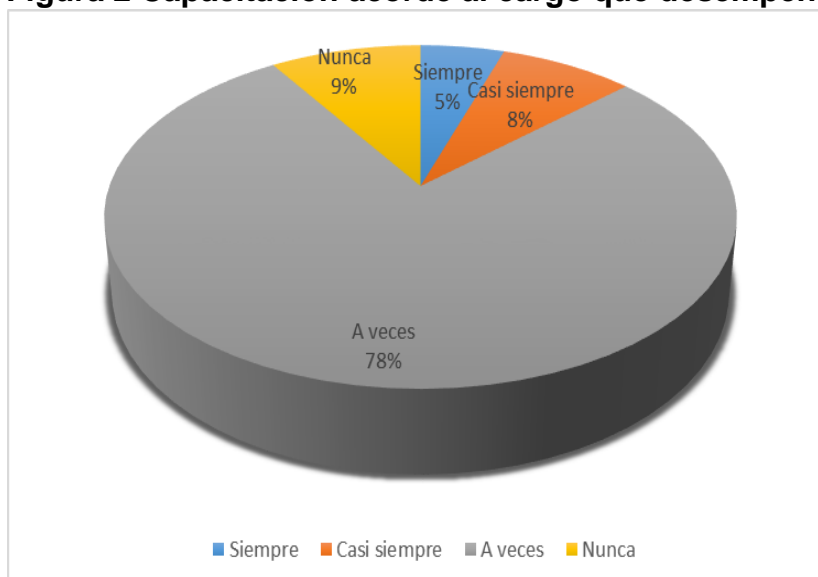
**Tabla 4 Capacitación acorde al cargo que desempeña**

Variable	Frecuencia	%
Siempre	5	5
Casi siempre	8	8
A veces	76	78
Nunca	9	9
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 2 Capacitación acorde al cargo que desempeña**



**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

## Análisis

De la investigación realizada se pudo detectar que los empleados del GAD de Santa Ana de Cotacachi no reciben una capacitación constante y

aún más no les dictan cursos o charlas acordes a los puestos que desempeñan, por tal razón no se ve un adelanto o un crecimiento profesional en cada puesto.

### 3. ¿Utiliza algún tipo de estrategias para comunicarse interna y externamente con los usuarios?

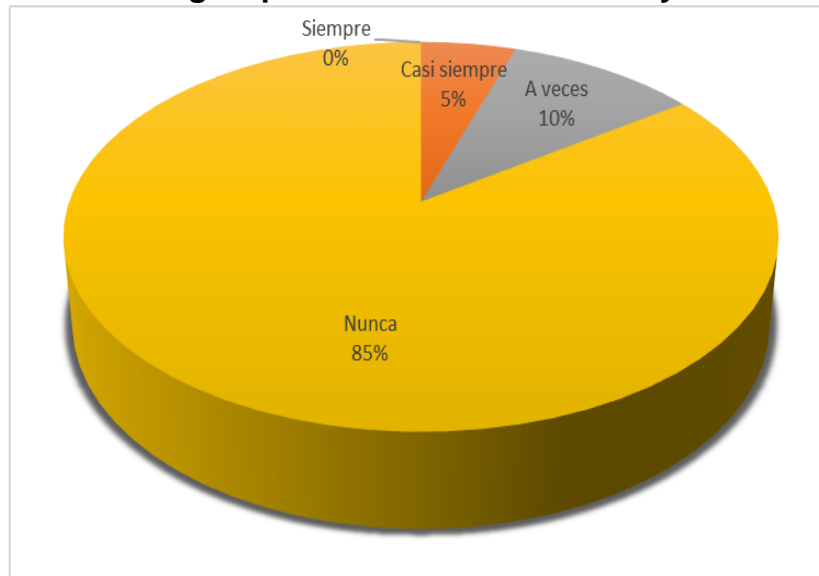
**Tabla 5 Estrategias para comunicarse interna y externamente**

Variable	Frecuencia	%
Siempre	0	0
Casi siempre	5	5
A veces	10	10
Nunca	83	85
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 3 Estrategias para comunicarse interna y externamente**



**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

### Análisis

Los funcionarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi manifestaron que no utilizan estrategias para comunicarse interna y externamente ya que

desconocen de esta herramienta para utilizar entre las dependencias que están a su cargo.

#### 4. ¿Cómo considera que es el trato que usted brinda a los usuarios internos y externos que acuden a su dependencia?

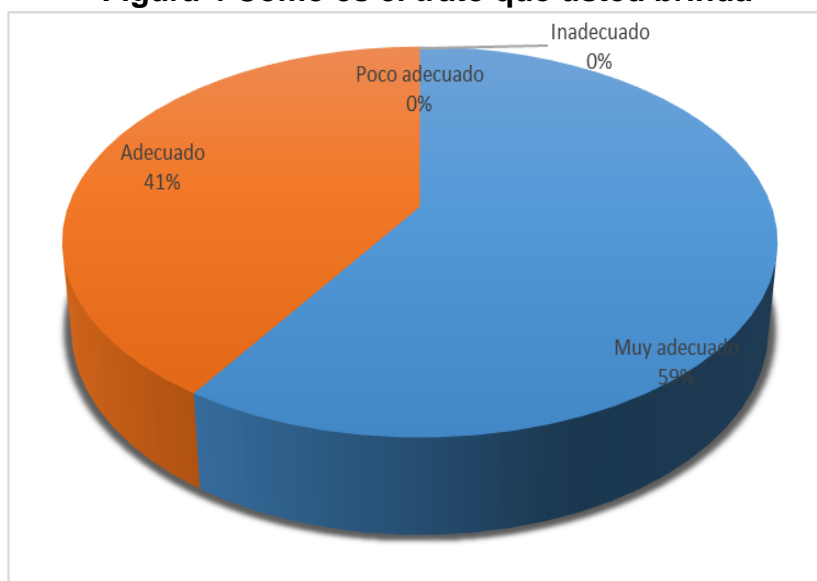
**Tabla 6** Cómo es el trato que usted brinda

Variable	Frecuencia	%
Muy adecuado	58	59
Adecuado	40	41
Poco adecuado	0	0
Inadecuado	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 4** Cómo es el trato que usted brinda



**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

#### **Análisis**

Los funcionarios indicaron que el trato que brindan a los clientes internos y externos que acuden a la dependencia que está a su cargo es la adecuada, ya que se les brinda las facilidades para que el trámite que

realicen lo hagan en el menor tiempo posible, evitando que haya aglomeraciones.

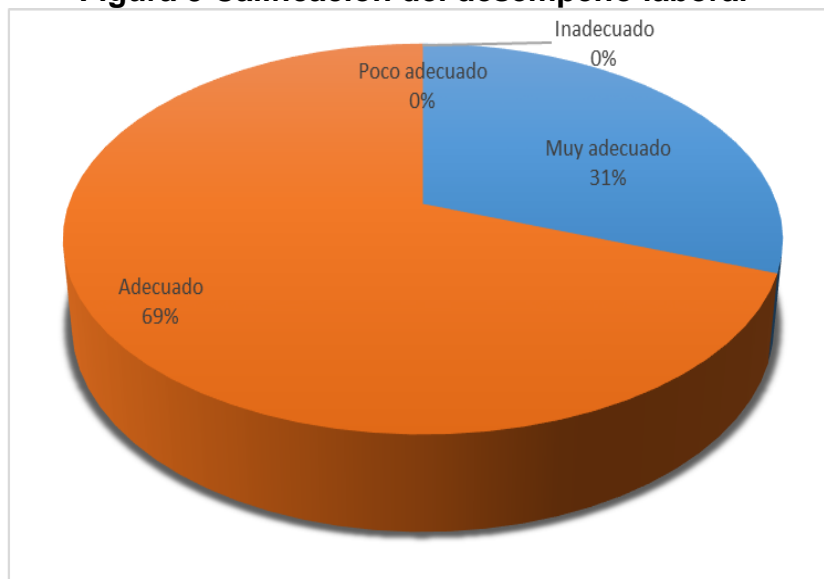
## 5. ¿Cómo calificaría su desempeño laboral en el puesto que ocupa?

**Tabla 7 Calificación del desempeño laboral**

Variable	Frecuencia	%
Muy adecuado	30	31
Adecuado	68	69
Poco adecuado	0	0
Inadecuado	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 5 Calificación del desempeño laboral**



**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

## Análisis

Luego de haber realizado la investigación los funcionarios afirmaron que el desempeño laboral es el adecuado en el puesto que ellos están ocupando y que no han tenido ningún inconveniente durante el tiempo en el que están ocupando dicha dignidad.

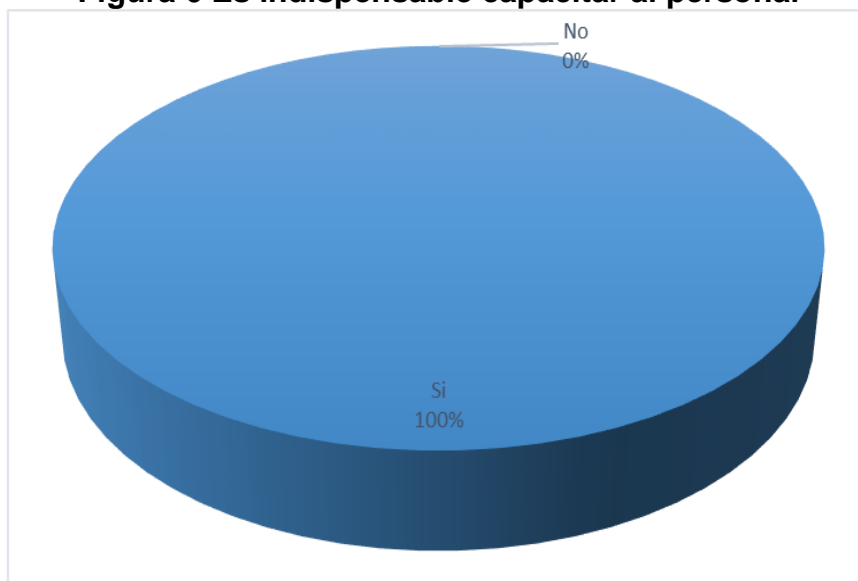
**6. ¿Cree que es indispensable capacitar al personal en temas de comunicación y atención al cliente?**

**Tabla 8 Es indispensable capacitar al personal**

Variable	Frecuencia	%
Si	98	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 6 Es indispensable capacitar al personal**



**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Análisis**

Todos los funcionarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi afirmaron que es necesario capacitarse en temas de comunicación y atención al cliente, para saber cómo actuar y atender frente a cualquier usuario y de esta manera cubrir las expectativas y satisfacer las necesidades de cada ciudadano.



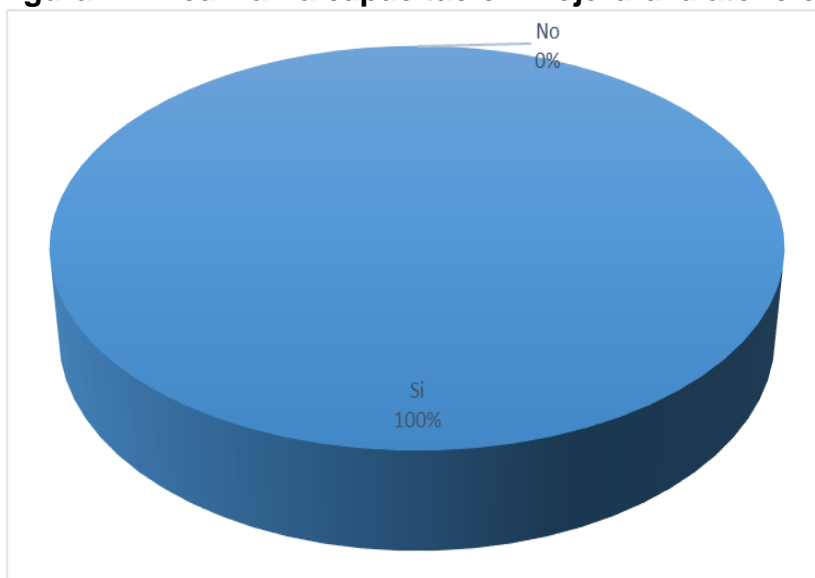
**7. ¿Al momento de realizar esta capacitación mejorará la atención a los usuarios en el GAD Santa Ana de Cotacachi?**

**Tabla 9 Al realizar la capacitación mejorará la atención**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	98	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 7 Al realizar la capacitación mejorará la atención**



**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Análisis**

Los funcionarios están de acuerdo que al momento de realizar la capacitación en cuanto al tema de comunicación y atención al cliente se mejorarían los procesos de entrega y recepción de documentos sin

demoras evitando malestares entre los ciudadanos que acuden al GAD de Santa Ana de Cotacachi.

## 8. ¿La comunicación con los usuarios es de calidad?

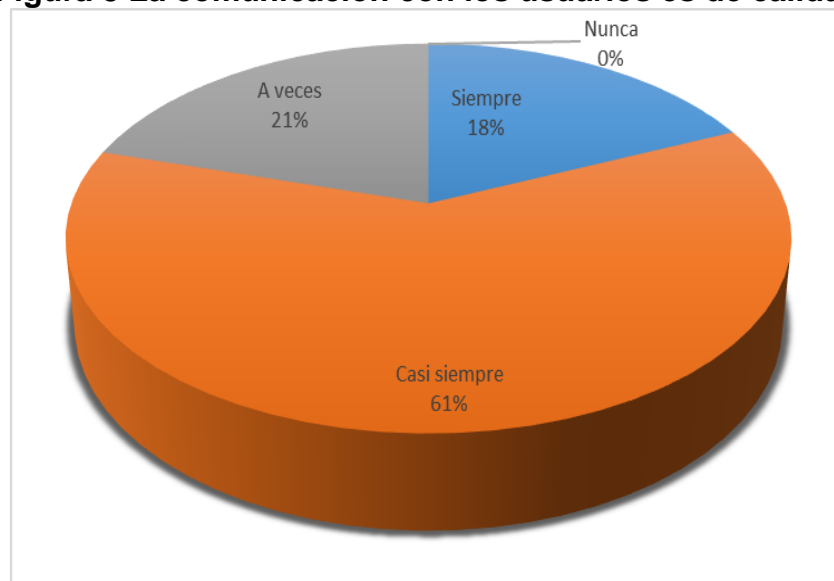
**Tabla 10 La comunicación con los usuarios es de calidad**

Variable	Frecuencia	%
Siempre	18	18
Casi siempre	60	61
A veces	20	21
Nunca	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 8 La comunicación con los usuarios es de calidad**



**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

### Análisis

Los funcionarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi afirman que la comunicación que mantienen con los ciudadanos es de calidad y que no existe ningún inconveniente en cuanto a la atención al cliente.

**9. ¿La actitud del personal que labora en el GAD de Santa Ana de Cotacachi es?**

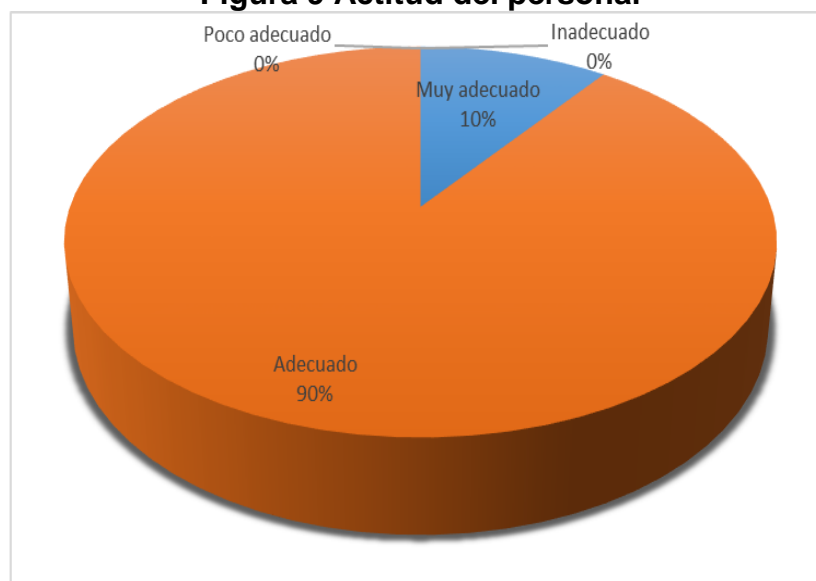
**Tabla 11 Actitud del personal**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Muy adecuado	10	10
Adecuado	88	90
Poco adecuado	0	0
Inadecuado	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 9 Actitud del personal**



**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Análisis**

La actitud de los funcionarios frente a los ciudadanos que acuden al GAD de Santa Ana de Cotacachi es adecuada ya que es de respeto, compromiso, seguridad y amabilidad con la que atienden a las personas que acuden a las dependencias.

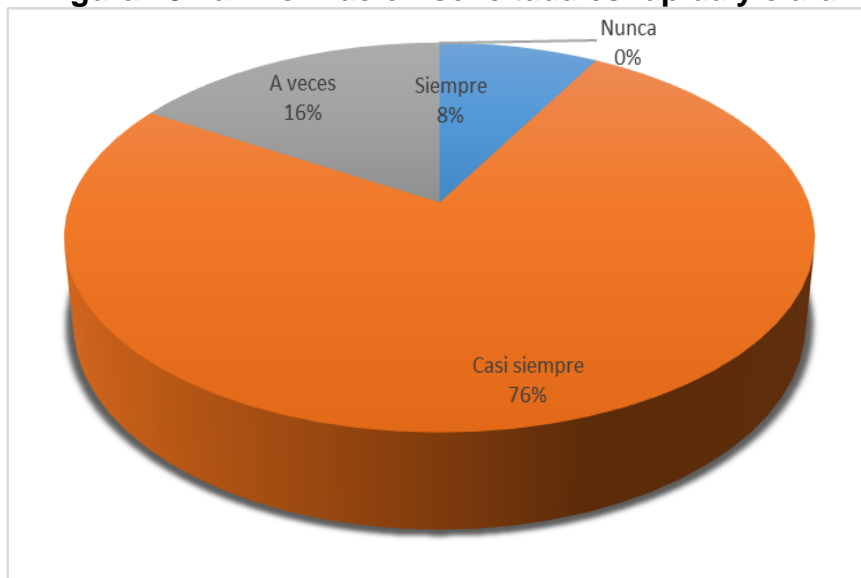
**10. ¿La información que solicita la ciudadanía en el municipio de Santa Ana de Cotacachi es rápida y clara?**

**Tabla 12 La información solicitada es rápida y clara**

Variable	Frecuencia	%
Siempre	8	8
Casi siempre	74	76
A veces	16	16
Nunca	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 10 La información solicitada es rápida y clara**



**Fuente:** Encuesta a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Análisis**

La investigación que se realizó a los funcionarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi afirmaron que casi siempre la información que se da a los ciudadanos que acuden a esta dependencia a realizar cualquier trámite es rápida y clara.

### 3.2 Encuesta realizada a los usuarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi

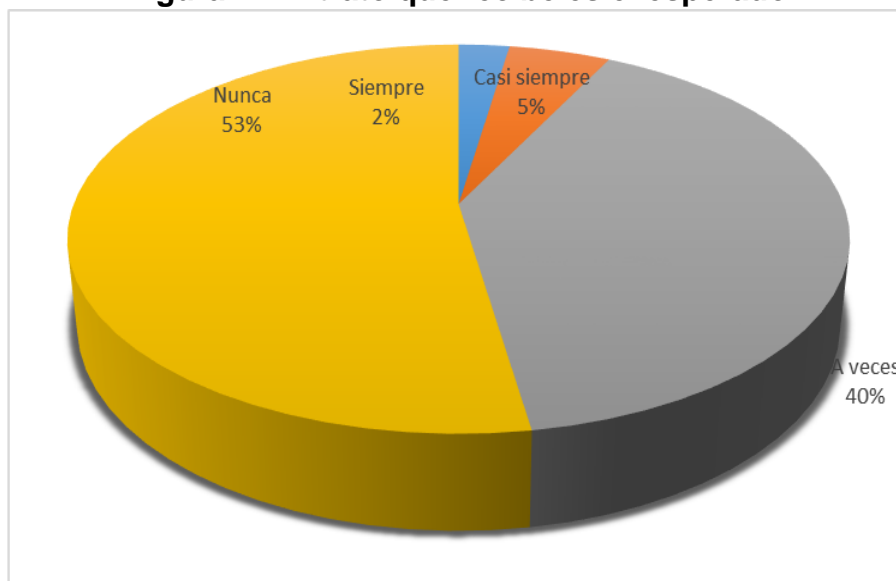
#### 1. ¿El trato que usted recibe es el esperado?

**Tabla 13 El trato que recibe es el esperado**

Variable	Frecuencia	%
Siempre	2	2
Casi siempre	4	5
A veces	32	40
Nunca	42	53
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 11 El trato que recibe es el esperado**



**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

#### **Análisis**

Los usuarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi afirmaron que a veces reciben el trato que esperan en las dependencias que acuden, ya que algunos de los trabajadores son descorteses y no dan las facilidades para entender y comprender como es de realizar los trámites en la municipalidad

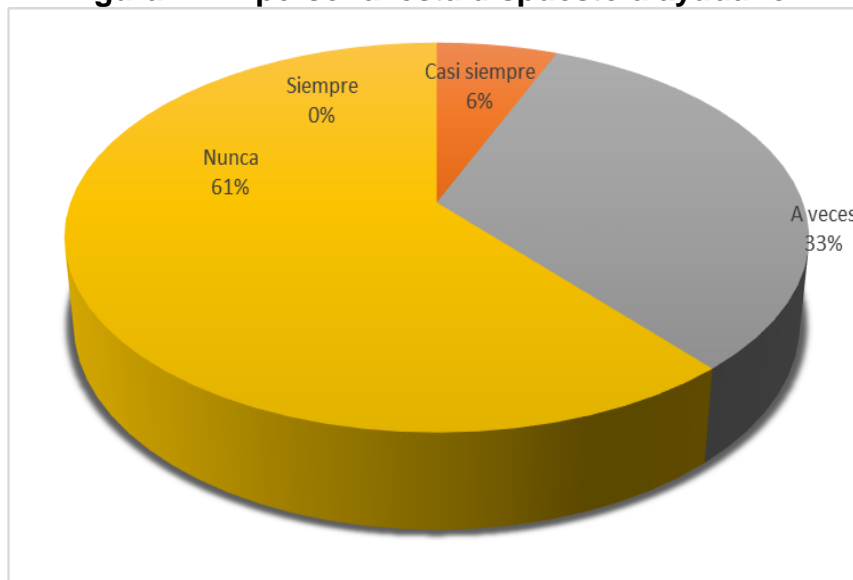
2. ¿El personal que labora en el GAD de Santa Ana de Cotacachi está dispuesto ayudarlo?

**Tabla 14 El personal está dispuesto a ayudarlo**

Variable	Frecuencia	%
Siempre	0	0
Casi siempre	5	6
A veces	26	33
Nunca	49	61
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 12 El personal está dispuesto a ayudarlo**



**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

### Análisis

Los ciudadanos manifestaron inconformidad con esta pregunta, ya que a veces los trabajadores del GAD de Santa Ana de Cotacachi no están predispuestos a ayudarles y despejarles las dudas de cómo es de realizar alguna gestión, generando malestar dentro de los pobladores del cantón de Cotacachi.

3. ¿El personal está calificado para estar en el puesto que está ocupando?

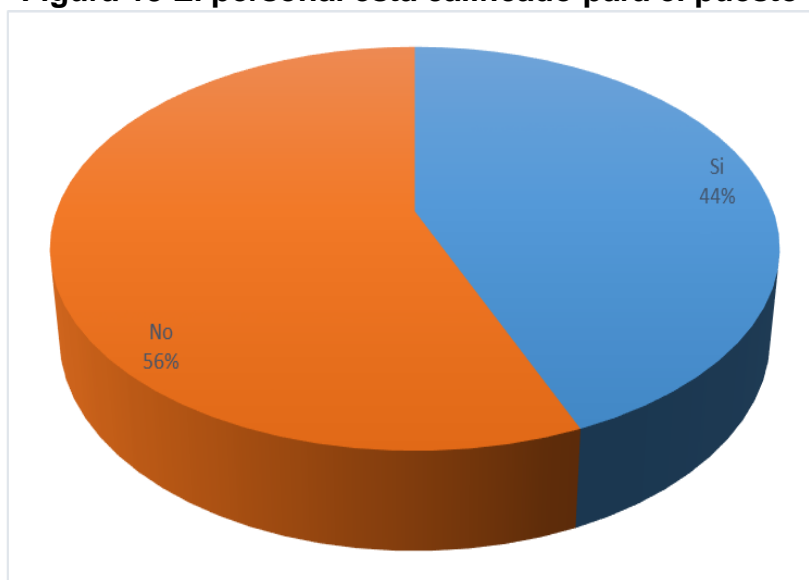
**Tabla 15 El personal está calificado para el puesto**

Variable	Frecuencia	%
Si	35	44
No	45	56
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

Elaborado por: Marcela Haro

**Figura 13 El personal está calificado para el puesto**



Fuente: Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

Elaborado por: Marcela Haro

### Análisis

Muchos de los usuarios manifestaron su inconformidad al responder que algunos funcionarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi no están capacitados para desempeñar algunos cargos o dignidades a los que fueron encomendadas, porque no tienen paciencia y no brindan las facilidades para la gestión que realizan.

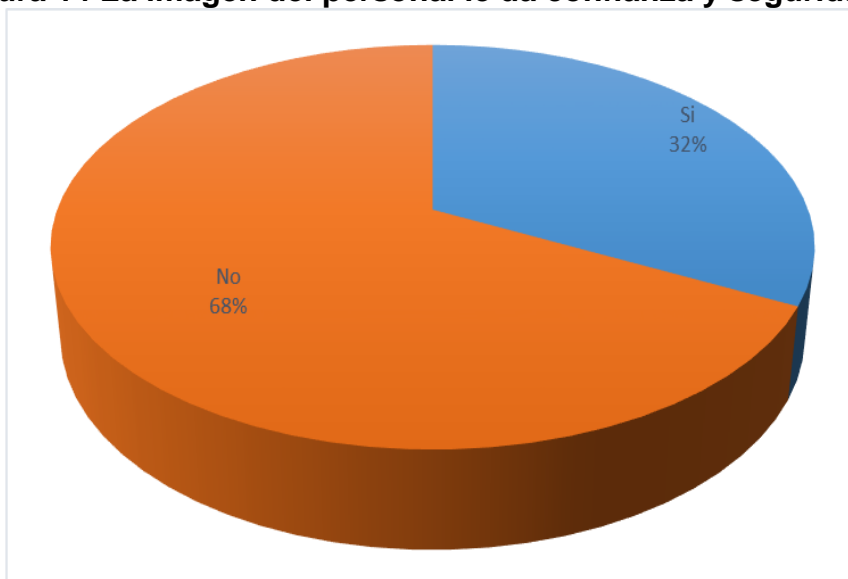
#### 4. ¿La imagen que le muestra el personal le da confianza y seguridad?

**Tabla 16 La imagen del personal le da confianza y seguridad**

Variable	Frecuencia	%
Si	26	32
No	54	68
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 14 La imagen del personal le da confianza y seguridad**



**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

#### **Análisis**

La investigación detectó que la imagen que brindan los funcionarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi a los ciudadanos nos les brinda confianza ni seguridad, ya que les falta buena atención al cliente, buen trato y amabilidad.



## 5. ¿Se le brinda la información de una manera clara y precisa?

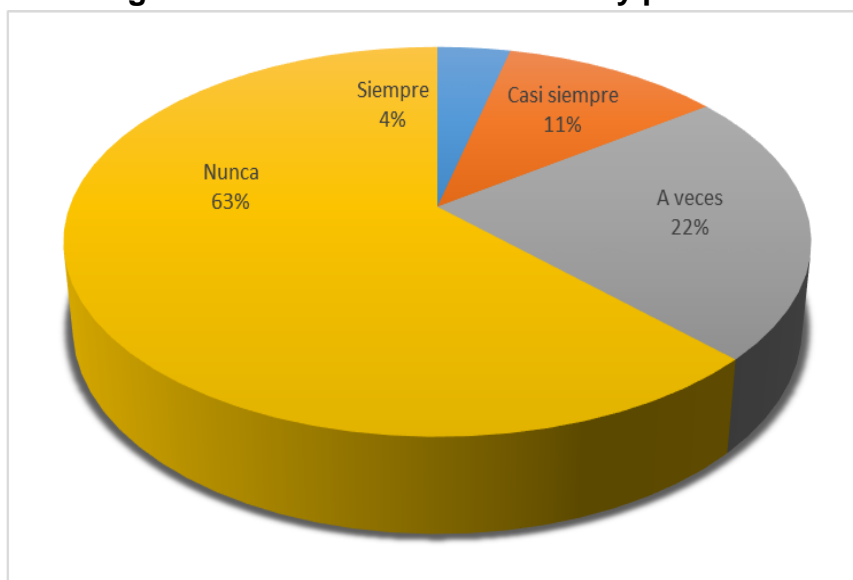
**Tabla 17 La información es clara y precisa**

Variable	Frecuencia	%
Siempre	3	4
Casi siempre	9	11
A veces	18	22
Nunca	50	63
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 15 La información es clara y precisa**



**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

### **Análisis**

Los funcionarios del GAD de Santa Ana de Cotacachi no brindan nunca la información de manera clara y precisa a la ciudadanía siendo este un problema ya genera demora en los trámites y malestar dentro de los usuarios por la demora.

6. ¿Existen medios de comunicación adecuados para brindar un buen servicio?

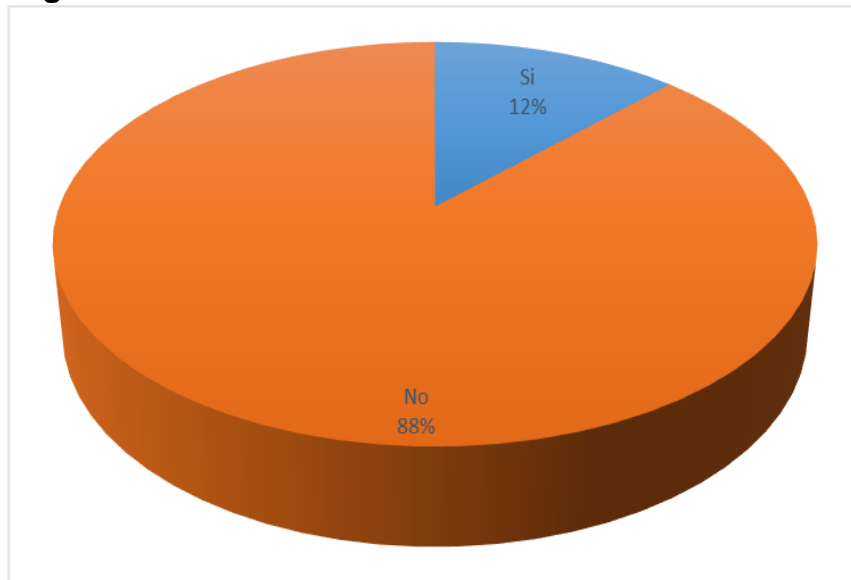
**Tabla 18 Los medios de comunicación son adecuados**

Variable	Frecuencia	%
Si	10	12
No	70	88
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 16 Los medios de comunicación son adecuados**



**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

### **Análisis**

Los ciudadanos manifestaron que no existe medios de comunicación adecuados para brindar un buen servicio ya que cada vez que ellos se acercan a cualquier dependencia a realizar cualquier trámite existe demoras y malestar en las oficinas.

7. ¿Es buena la comunicación entre el personal que labora en la institución y usted?

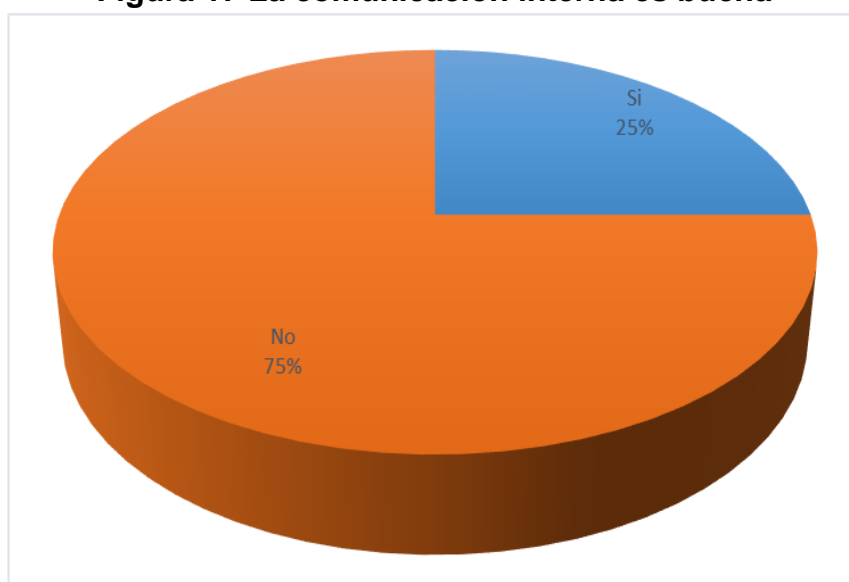
**Tabla 19 La comunicación interna es buena**

Variable	Frecuencia	%
Si	20	25
No	60	75
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 17 La comunicación interna es buena**



**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

### Análisis

Luego de realizada la investigación los usuarios manifestaron que no es buena la comunicación entre el personal que labora en la institución y ellos por las demoras en los trámites, la mala atención, la descortesía, la falta de compromiso con el puesto que los funcionarios ocupan.

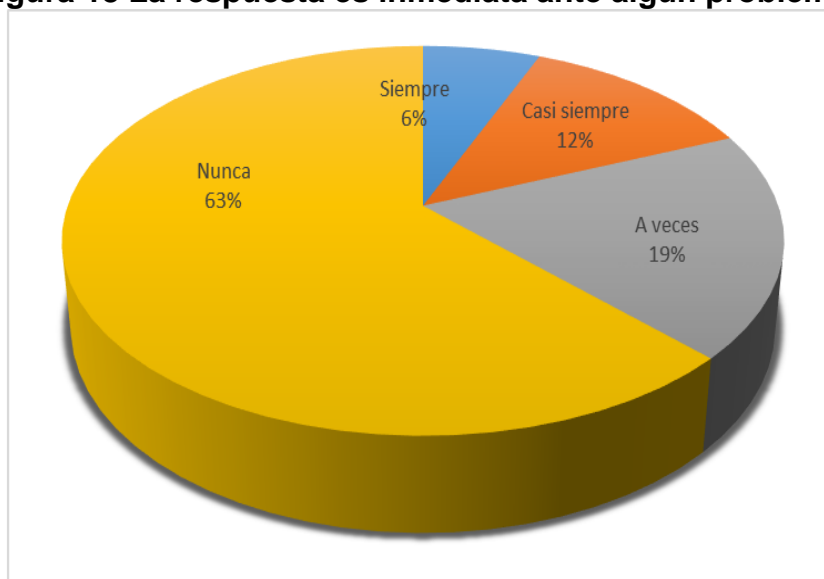
8. ¿Los trabajadores del GAD Santa Ana de Cotacachi le da una respuesta inmediata algún problema o necesidad que presenta?

Tabla 20 La respuesta es inmediata ante algún problema

Variable	Frecuencia	%
Siempre	5	6
Casi siempre	10	12
A veces	15	19
Nunca	50	63
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
Elaborado por: Marcela Haro

Figura 18 La respuesta es inmediata ante algún problema



Fuente: Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi  
Elaborado por: Marcela Haro

### Análisis

La respuesta no es generada en el momento que un ciudadano acude a la dependencia que necesita si no que le llaman para la tarde o par el otro día para solucionar el inconveniente o darle paso a otro departamento, causando malestar y demora en los trámites.

## 9. ¿Existe demora en la entrega de los trámites?

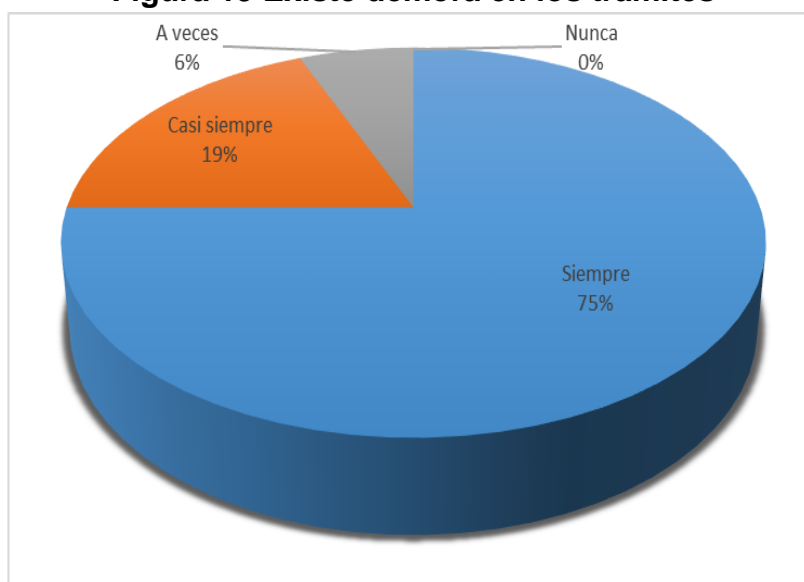
**Tabla 21 Existe demora en los trámites**

Variable	Frecuencia	%
Siempre	60	75
Casi siempre	15	19
A veces	5	6
Nunca	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 19 Existe demora en los trámites**



**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

### Análisis

Los ciudadanos manifestaron que siempre existe demora en los trámites ya sea por la falta de una firma, porque no hubo sistema o algún otro inconveniente que se presentó, pero no se entrega en la fecha indicada rara vez es que se lo haga, causando malestar dentro de las personas que acuden al GAD de Santa Ana de Cotacachi.

**10. ¿Ha visto que se ha mejorado de alguna manera el servicio en el GAD de Santa Ana de Cotacachi?**

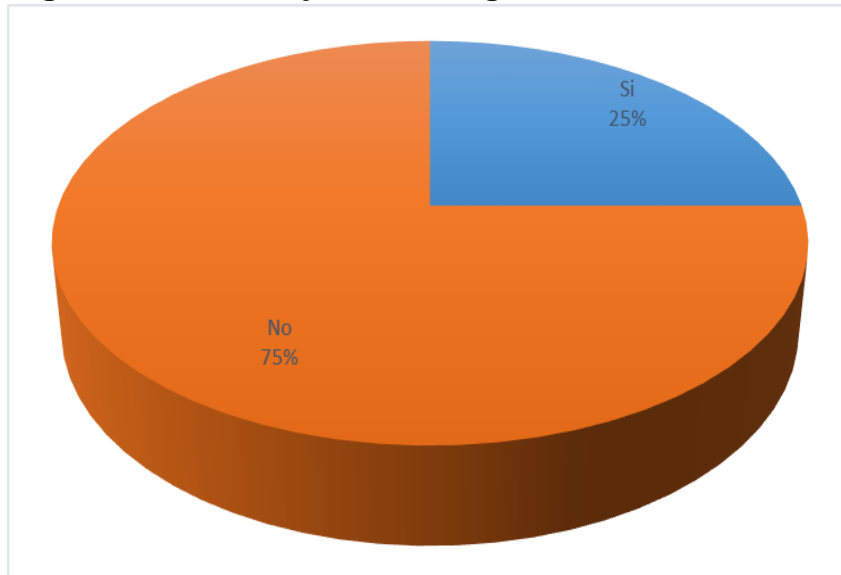
**Tabla 22 Se ha mejorado de alguna manera el servicio**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	20	25
No	60	75
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Figura 20 Se ha mejorado de alguna manera el servicio**



**Fuente:** Encuesta a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi

**Elaborado por:** Marcela Haro

**Análisis**

La investigación detectó que, no habido ninguna mejora en el servicio en el GAD de Santa Ana de Cotacachi desde hace algún tiempo atrás, pero se debe capacitar a los funcionarios para mejorar el buen trato a los usuarios y para mejorar la comunicación, para que se note un cambio en la entidad y reluzca el municipio por que se brinda un excelente servicio.

## **CAPÍTULO IV**

### **4 PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **4.1 Título de la propuesta**

Guía para mejorar la comunicación y la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi

#### **4.2 Justificación**

El trabajo de grado se realizó en el GAD de Santa Ana de Cotacachi y tomando como referencia que los funcionarios que laboran en cualquier institución tanto pública como privada están en la obligación de cumplir eficientemente las actividades a ellos encomendadas siendo personas con una visión dinámica y activa para que puedan ejercer su cargo de manera eficiente.

Además, deben poseer conocimientos de cortesía, buen trato, amabilidad todos estos encaminados a buscar la satisfacción de las necesidades de los usuarios que acuden a cada una de las dependencias, de igual manera deben poseer una fluidez en la comunicación tanto interna como externa, en caminata siempre a garantizar el manejo adecuado de los conflictos y de esta manera buscar el crecimiento eficiente y eficaz de la institución investigada.

Para posicionar la imagen de la institución todas las personas que trabajan dentro de ella forman un papel importante para lograrlo, ya que en la actualidad el mercado que nos rodea es demasiado competitivo por tal razón se debe buscar las estrategias correctas para lograr un reconocimiento institución dentro y fuera del cantón

Además, el trabajo de grado se justificó porque contó con la colaboración de las autoridades del GAD Santa Ana de Cotacachi, colaboración de las secretarías y personal que labora en la institución, existe bibliografía suficiente sobre el tema tratado, hubo la colaboración de expertos y los gastos que generó el trabajo investigativo fueron cubiertos por la investigadora

### **4.3 Fundamentación**

#### **Comunicación organizacional**

Hoy en día la comunicación organizacional en las empresas son de mucha importancia ya que de esta depende para poder identificar los requerimientos de los clientes internos y externos que no están dentro de la dependencia que se labora, sino que toca dar paso a otra y de esta manera agilizar los procesos.

“Los recursos humanos están estrechamente ligados con la comunicación organizacional ya que unidos estos dos generan un avance en el desarrollo empresarial” ( De Castro, 2017, pág. 20)

El principal objetivo que busca alcanzar la comunicación organizacional es el desarrollo y avance de la empresa en todos sus aspectos, además de querer de posicionarse en el mercado en puesto privilegiado en la mente de los consumidores

#### **Responsabilidad social**

La responsabilidad social tiene que ver con la ética que se trabaja y siempre respetando la ley y las buenas costumbres, va encaminada a brindar una imagen responsable repercutiendo en impacto positivo por cuanto los usuarios se sienten satisfechos y cómodos con este trato, dando satisfacción personal y brindando un ambiente próspero y estable en la organización.



## 4.4 Objetivos

### 4.4.1 Objetivo general

Mejorar la comunicación y la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi

### 4.4.2 Objetivos específicos

- Elaborar la guía para mejorar la comunicación y la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi
- Difundir la guía para mejorar la comunicación y la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi

## 4.5 Ubicación sectorial y física



**Fuente:** GAD de Santa Ana de Cotacachi  
**Elaborado por:** Marcela Haro

La investigación se realizó en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana de Cotacachi de la provincia de Imbabura del cantón Cotacachi situado en las calles González Suárez y García Moreno.

## 4.6 Desarrollo de la propuesta



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### TEMA:

GUÍA PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN Y LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL GAD MUNICIPAL SANTA ANA DE COTACACHI

### AUTORA:

Haro Bedón Marcela de las Nieves

### DIRECTORA:

MSc. Sandra Posso

Ibarra, 2017

## INTRODUCCIÓN

Con el avance de los años la comunicación ha venido evolucionando en sus diferentes instancias y se ha convertido de gran importancia para la interrelación de dos o más individuos, están importante que las empresas de hoy en día crean departamentos para la organización de sus procesos y cumplir de esta manera sus objetivos, logrando satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, consiguiendo de esta manera una adecuada relación entre el apartado público y social

El éxito de una empresa radica en una buena comunicación para determinar con exactitud los deseos y necesidades de los clientes lo que esperan de la empresa que hagan por ellos hasta lograr cubrir sus expectativas y demandas actuales y futuras.

Para poderse comunicar se necesita de mucha habilidad por eso es necesario contratar personal que tenga esta particularidad para manejar buenas relaciones interpersonales, ya que esto traerá muchos beneficios tanto personales como empresariales.



**Fuente:** [pymencasa.wordpress.com](http://pymencasa.wordpress.com)

## ÍNDICE DE LA PROPUESTA

Unidad 1 Aprender a escuchar .....	55
Unidad 2 Tratar a todos por igual.....	58
Unidad 3 Resolver los conflictos .....	61
Unidad 4 Comunicación efectiva.....	64
Unidad 5 Actitud positiva .....	67
Unidad 6 Ser empático .....	70

## UNIDAD 1 APRENDER A ESCUCHAR

**Objetivo.** – Desarrollar la habilidad de poder escuchar ante cualquier situación y circunstancia

### Conozcamos un poco mas

Saber escuchar no es ni será lo mismo que oír ya que al momento que se escucha se lo hace con atención traduciendo el mensaje verbal que una persona emite, para de esta manera evitar confusión.

Muchos de los problemas que se manifiestan en la vida se pueden evitar solo con aprender a escuchar de una manera adecuada, prestando atención realmente en lo que sucede en nuestro alrededor y que es lo que realmente quiere decir con el mensaje, en muchas de las ocasiones se escuchan las palabras mas no los sentimientos que expresa la persona, se debe de dejar de pensar en uno mismo y pensar en los demás.

### Estrategias:

- **Escuchar con atención.** - Si una persona le habla se debe dejar de hacer la actividad que realiza para escuchar, si fuera el caso no conteste el teléfono espere para contestar, ponga de lado el esfero, no deje de escuchar así le parezca que lo que le dice no es lo correcto o está equivocado.
- **Las dos partes deben de estar relajadas.** - Si consigue que la persona que escuche se relaje ha ganado mucho para conseguir una acertada conversación, por ninguna razón se debe hacer uso de la autoridad para hacerse hacer escuchar porque no conseguirá buenos resultados
- **Utilización del lenguaje corporal.** – La expresión corporal da seguridad a la persona que escucha ya que se sentirá como con usted ya que los

gestos que utilice como una sonrisa le generará interés a la conversación que se está desarrollando

- **No es correcto interrumpir.** – La conversación debe estar marcada con respeto, sin interrupciones y detenidamente de esta manera la persona que escucha se sentirá que hay alguien que lo escucha y que puede confiar.
- **Expresa simpatía.** – Muestre interés por la conversación y simpatía con la persona que está conversando para que sienta que tiene interés
- **No temer al silencio.** – El silencio es bueno porque permite asimilar sobre el tema que se conversó, aunque en algunos momentos es incomodo
- **Diríjase al problema, no a la conducta de la persona.** – Las emociones que transmiten las personas pueden dar a malos entendidos las situaciones que se presentan.
- **Responder.** - Al momento que se está desarrollando la conversación debe responder que entiende lo que está sucediendo para que se siga desarrollando con normalidad y no se frustre la persona que emite el mensaje porque no se le entiende
- **Diga sus sentimientos.** -Expresa con respeto lo que siente antes de que le manifiesten como se sienten, pero teniendo cuidado de no involucrarse emocionalmente con el tema o problema que se trató.
- **Coloque atención a la actitud.** – Los gestos que las personas emiten expresan lo que realmente sienten, por tal razón se debe poner énfasis en este punto para conocer realmente lo que quiere decir.
- **Hacer preguntas.** – Cuando se desarrolla una conversación las personas se sienten cómodas cuando se realizan preguntas y se les escucha con atención

**Evaluación:**

**1. ¿Cómo se escucha?**

.....  
.....  
.....  
.....

**2. ¿Cómo se evitan los problemas en una conversación?**

.....  
.....  
.....  
.....

**3. ¿Por qué no es correcto interrumpir?**

.....  
.....  
.....  
.....

**4. ¿Se debe responder al momento de realizar la conversación?**

.....  
.....  
.....  
.....

**5. ¿Porque las dos partes deben de estar relajadas?**

.....  
.....  
.....  
.....

## UNIDAD 2 TRATAR A TODOS POR IGUAL

**Objetivo.** – Aprender a reconocer que todas las personas son iguales sin distinción de raza, sexo o cultura

### Conozcamos un poco mas

La comunicación que se la realiza se debe hacer sin distinción de raza sexo, o cultura evitando que las personas se sientan ofendidas o discriminadas ya esto será un factor negativo para la empresa.

Se debe hacer un seguimiento del mensaje que se ha emitido y que haya llegado a la persona correcta para que no haya confusiones ni desconocimientos o su vez la persona receptora se sienta ofendida.

Se debe manejar la comunicación abierta y fluida tanto con los clientes internos y externos, además se debe conocer los límites de la conversación para no ofender ni tener malos entendidos si se respeta estos puntos se trabajará en un ambiente de confianza y de respeto mutuo entre las dos partes.

### Estrategias:

- **Salude amablemente al cliente.** – Al momento que un cliente ingresa a la empresa se le debe de saludar para hacerle sentir cómodo e importante, es importante recordar que cuando un empleado saluda lo hace a nombre de la organización que está representando, haga contacto visual, agradézcale por haber visitado las instalaciones.
- **Dele un valor agregado a los clientes.** – Todos y cada uno de las personas son únicas y diferentes eso es lo que nos hace únicos y especiales, por tal razón se le debe dar el valor que se merecen, trate a las personas como le gustaría que le traten, es bueno recordar que por



los clientes que consumen los productos o servicios los empleados de las empresas reciben el salario

- **Averigüe las necesidades de los clientes.** – Muchas de las personas no compran un producto o servicio sino lo adquieren por lo que les va a producir como satisfacción y bienestar personal
- **Escuchar con atención.** -Muchos son los que escuchan, pero pocos con atención y el conseguirlo es un arte, concentre su atención en lo que le van a decir tome en cuenta el tono de voz, el lenguaje corporal para conocer con exactitud lo que quiere transmitir
- **Ayude a conseguir al cliente lo que necesita.** – El conseguir lo que el cliente necesita cubre sus expectativas y se retirará satisfecho, el conseguir lo que él requiere le hará sentir importante y escuchado cubriendo sus expectativas.
- **Hágale la invitación para que regrese.** – Los clientes no son los que adquieren un producto o servicio sino el que lo hace más de una vez ya que busca en el más del producto el beneficio que le produce cuando lo adquiere.

**Evaluación:**

**1. ¿Se debe hacer un seguimiento del mensaje?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**2. ¿Por qué el saludo hace importante a los clientes?**

.....  
.....  
.....  
.....

**3. ¿Cómo dar un valor agregado a los clientes?**

.....  
.....  
.....  
.....

**4. ¿Cómo se debe escuchar con atención?**

.....  
.....  
.....  
.....

**5. ¿Por qué se debe ayudar al cliente en lo que necesita?**

.....  
.....  
.....  
.....

## UNIDAD 3 RESOLVER LOS CONFLICTOS

**Objetivo.** – Conocer cómo resolver los conflictos y manejarlos con calma y claridad.

### Conozcamos un poco mas

Al momento que se presenta un conflicto ante un cliente se debe dar una solución de manera rápida, además aprender a ser un mediador en estos casos y eficiente y eficaz negociador para que las dos partes queden satisfechas y ninguna pierda

En este punto aparece la habilidad de escuchar a las dos partes los comentarios o quejas que tienen y alentar al dialogo para encontrar una pronta solución al problema.

### Estrategias:

- **Resolver el problema mas no evadirlo.** – A medida que los problemas se van generado en la empresa se los debe ir resolviendo mas no archivándolos no es correcto hacerlo esto evitará futuros conflictos y rencillas con los clientes, porque al conocer de este se sabrá cómo actuar con estos problemas que se presentaron con anterioridad, siempre con respeto y tolerancia hacia los demás
- **Exponer los hechos y establecer los puntos claros.** – Mantener la calma para esclarecer los hechos y conocer con certeza lo que realmente a ocurrido, estableciendo con respeto los puntos claros del problema esto facilitara la comunicación y solucionara el conflicto
- **A toda costa evite las confrontaciones.** – Poner hincapié en el suceso que se desarrolló más no en la persona que lo empezó, esto ayudará que un simple contratiempo acabe en una pelea.

- **Reconocer los sentimientos del conflicto.** - Se debe estar claro cómo empezó el conflicto y reacción emocional tuvo en la persona, toda vez que se pueda conocer este punto se podrá controlar de mejor manera las emociones
- **Entregar variadas opciones para resolver el problema.** – El entorno en el que nos encontramos nos ha enseñado a manejar los conflictos en dos instancias evitando el conflicto o enfrentándonos a él, por tal razón hoy en día existen otras alternativas como son explorar las ideas que puedan ayudar a solucionar el inconveniente, encontrar los pros y los contras y las consecuencias que pueden repercutir a raíz de esta situación
- **Delimite el problema y exprese sus necesidades con respeto y tolerancia.** – Diríjase con respeto no insulte ni muestra autoritarismo, ni pretenda echarles la culpa a otros, compare lo dicho su posición y las necesidades que buscan.
- **Discutir en conjunto el problema.** - La mejor manera de solucionar conflictos en muchos de los casos es ser flexible y abierto a las sugerencias y cambios que salgan de la conversación que se mantengan entre las partes.
- **Escuchar.** - Siempre el escuchar será una técnica correcta y eficaz en cualquier parte ya que involucra poner atención traduciendo sobre el mensaje verbal que una persona emite, para de esta manera evitar confusión, pero de manera cortés, respetuosa, esperando que la persona acabe de hablar para dar a conocer sus puntos de vista sobre el tema que se trata
- **Colaborar y ceder de manera que nadie salga ofendido.** - No hay que buscar ganadores si no que satisfacer las necesidades de las partes es importante para manejar un conflicto con respeto y tolerancia.

**Evaluación:**

**1. ¿Los conflictos se pueden manejar?**

.....  
.....  
.....  
.....

**2. ¿Se debe evadir los problemas?**

.....  
.....  
.....  
.....

**3. ¿Cómo debe darse la solución a los conflictos?**

.....  
.....  
.....  
.....

**4. ¿Cómo se debe exponer los hechos y establecer los puntos claros?**

.....  
.....  
.....  
.....

**5. ¿Cómo se debe discutir el problema?**

.....  
.....  
.....  
.....

## UNIDAD 4 COMUNICANDOSE CON EFICACIA

**Objetivo.** – Comunicarse con eficacia entre las dos partes el que emite y el que recibe el mensaje

### Conozcamos un poco mas

Antes de emitir el mensaje se debe pensar antes de hablar, poner atención a lo que dice y de la manera como lo hace no desviarse del tema y centrarse en el mensaje que quiere emitir, evitar términos que puedan ser ofensivos para algunas personas u ofensivos para otros ya que las culturas o tradiciones de algunas partes son diferentes de acuerdo al lugar o región donde se encuentren.

Poner atención y mucho cuidado de como el mensaje que se emitió fue recibido por la otra persona, ya que se debe ser claro para no tener malos entendidos y conflictos presentes o futuros dentro o fuera de la empresa con los clientes interno o externos.

### Estrategias:

- **Planificación.** – Para conseguir buenos resultados se debe planificar para que los tiempos y espacios se cumplan, es una manera de conseguir calidad en el servicio que se ofrece, ya si se da una fecha de entrega se la debe cumplir de lo contrario se pierde credibilidad en la institución.
- **Analizar.** – Antes de dirigirse ante cualquier espectador o cliente se debe analizar sus gustos, preferencias emociones ya que es a ese grupo objetivo al que se está dirigiéndose
- **Hilo conductor.** – Mientras se mantiene la conversación no se debe perder el hilo de la plática porque parecerá que estuvo aburrido y de poco interés para espectador que escuchaba el relato

- **No perder el estilo.** – Las instituciones públicas como privadas manejan la imagen de sus empleados en correcto orden para que muestren al público distinción y elegancia.
- **Utilizar un vocabulario correcto.** - Al momento que trabaja con público se debe utilizar términos adecuados para dirigirse a los clientes para que no se ofendan esto demuestra respeto hacia los demás y solidez institucional
- **Hable lo necesario.** – Límitese hablar estrictamente de la institución a la cual representa, y sobre los temas que le fueron encomendados para que difundiera frente a los clientes, hágalo con respeto y demuestre interés y gusto por hacerlo.
- **Escuche a los usuarios.** – El aprender a escuchar es un arte que pocos pueden manejar, el sentirse escuchado hace que la persona se sienta importantes y en confianza.
- **Los resultados deben ser medibles.** – En las empresas públicas como privadas los resultados laborables son medibles de acuerdo a la satisfacción del cliente, viendo como los clientes se sienten satisfechos y si han logrado satisfacer sus expectativas y demandas sobre el producto o servicio que se oferta
- **Disfrutar de lo que uno hace.** – La magia de una comunicación eficiente con los clientes internos y externos es disfrutar de lo que uno hace, ya que al sentirse cómodo, a gusto, y relajado en el puesto que le fue encomendado demostrará eficiencia y eficacia frente a las personas que visitan su lugar de trabajo.

**Evaluación:**

**1. ¿Se debe pensar antes de emitir un criterio?**

.....  
.....  
.....  
.....

**2. ¿Cómo se debe planificar?**

.....  
.....  
.....  
.....

**3. ¿Para qué sirve el estilo?**

.....  
.....  
.....  
.....

**4. ¿Por qué se debe de hablar lo necesario?**

.....  
.....  
.....  
.....

**5. ¿Cuál es la magia de una comunicación eficiente?**

.....  
.....  
.....  
.....



## UNIDAD 5 ACTITUD POSITIVA

**Objetivo.** – Aprender a mantener una actitud positiva frente a cualquier adversidad o situación que se presente

### Conozcamos un poco mas

Pocas de las personas quieren estar cerca de alguien que emite malas energías, buscan estar cerca de quien sea amable, comprensiva y positivo que entienda lo que le sucede siempre siendo activo y sonriéndole ante cualquier adversidad que se presenta, si se tienen una buena actitud al corto o largo tiempo recibe positivamente de igualmente.

### Estrategias:

- **Ver siempre el lado bueno a la vida.** – Siempre es más fácil ver el lado malo cuando se cruza algo desfavorable en el camino, ya que es lo que más resalta a primera vista, pero mostrar una actitud positiva no es difícil de adquirirla y esto ayudará para el bienestar propio como para el lugar donde trabaja
- **Destacar lo bueno.** – Luego de terminada la jornada de trabajo se debe sacar las experiencias buenas, malas y de estas aprender como experiencia para no volver a cometerles futuro.
- **Crear en uno mismo.** - Al momento que una persona cree en uno mismo crece como persona ya que se siente su auto estima alta y capaz para realizar cualquier actividad que el encomienden, además pensará que ya está apto para manejar los problemas que se le presenten en la jornada diaria de trabajo.
- **Enfrentar el trabajo de manera dinámica.** - La forma como un cliente le observa cuando entra y sale de la institución, es la imagen que

muestra del profesionalismo que adquirió o las falencias que todavía le hacen falta de corregir.

- **Detectar los puntos negativos.** – Determinar cuáles son los puntos negativos que impiden el crecimiento profesional de cada persona es importante para enfrentarlos con madurez y solucionarlos de la mejor manera
- **Crezca profesionalmente.** – El crecer profesionalmente enriquece a la persona y sube la autoestima brinda bienestar personal, salud, autonomía y mejora la vida de la persona reflejándose en el puesto de trabajo, ya que las labores que las realice las realizará con placer, ganas y gusto por la actividad que realiza

**Evaluación:**

- **¿Cómo tener una actitud positiva?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

- **¿De qué manera ver el lado bueno a la vida?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

- **¿Cómo se cree en uno mismo?**

.....

.....

.....

.....

- **¿De qué manera detectar los puntos negativos?**

.....

.....

.....

.....

- **¿Cómo ayuda a la persona el crecer profesionalmente?**

.....

.....

.....

.....

## UNIDAD 6 SER EMPÁTICO

**Objetivo.** – Mirar las cosas desde la perspectiva de los demás respetando los puntos de vista de cada persona

### Conozcamos un poco mas

Al momento de recibir el mensaje de quien lo emite no se debe de cambiar la esencia por creencias o ideas que piensen que son correctas, ya que la empatía hace referencia de ponerse en los zapatos de los demás para vivir las situaciones y experiencias de cada persona en carne propia y entender a ciencia cierta cuales son y fueron sus emociones en un determinado momento.

### Estrategias:

- **Fomentar la cooperación.** – En el puesto de trabajo que se está desempeñando es importante fomentar la cooperación entre el grupo de personas que rodean la oficina para realizar actividades de ayuda a la empresa sin esperar nada a cambio o colaborar algún compañero que necesita de una mano amiga por alguna situación de calamidad que está enfrentando.
- **No culpar a los demás.** – Cuando una persona comete errores se debe ser lo suficientemente maduro para reconocer que fue él y no los demás quién fomentó dentro de si los problemas y los malos entendidos por tal razón debe de buscar una solución al conflicto que se suscito
- **Luchar contra la desigualdad.** – A veces el luchar contra las desigualdades que algunas veces se observa trae problemas y conflictos que es por eso que las personas se mantienen al margen de esta situación para prevenir malos entendidos, pero mientras se pueda

ayudar se lo debe hacer respetando los límites, creencias y culturas de cada persona.

- **Ser receptivo frente a los sentimientos de las personas que nos rodean.** – Estar atento a las personas que nos rodean por si en algún momento necesitan de nuestra ayuda para colaborar en lo que se pueda
- **Actitud positiva y agradecida con la vida.** – Siempre hay que estar agradecidos con la vida por un nuevo despertar, por todo lo que recibimos porque no todos tienen la dicha de tener lo que nosotros tenemos por eso ante cualquier eventualidad mantener una actitud positiva.

**Evaluación:**

1. ¿Cuál es el objetivo de este taller?

.....  
.....  
.....  
.....

2. ¿Qué es ser empático?

.....  
.....  
.....  
.....

3. ¿De qué manera se fomenta la cooperación?

.....  
.....  
.....  
.....

**4. ¿Cómo ser agradecidos con la vida?**

.....  
.....  
.....  
.....

**5. ¿Comente sobre esta guía?**

.....  
.....  
.....  
.....

## **4.7 Impacto**

Los impactos que generó el trabajo de grado fueron los siguientes:

### **4.7.1 Impacto social**

El trabajo de grado generó un alto impacto social porque logro un cambio positivo en los empleados y trabajadores que están involucrados en el GAD de Santa Ana de Cotacachi, ya que hubo cambios en la atención al servicio a los usuarios que acuden a esta entidad y de igual manera se mejoró la comunicación entre departamentos evidenciando satisfacción en la ciudadanía ya que se cubrieron sus expectativas y demandas.

### **4.7.2 Impacto administrativo**

Al realizar una guía para mejorar la comunicación en los trabajadores del GAD de Santa Ana de Cotacachi hubo un impacto positivo en el área administrativa ya que indirectamente al mejorar sus procesos internos se fortaleció el servicio y la atención al cliente, propiciando un modelo de calidad humana, dando una nueva imagen institucional positiva y participativa tanto para los cliente internos y externos que acuden a ella a realizar cualquier trámite

## **4.8 Difusión**

La propuesta será difundida con los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Ana de Cotacachi por medio de un taller para dar a conocer los pasos a seguir y dar a conocer la funcionalidad de la misma.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- No existe una estructura de cómo manejar los procesos de comunicación internamente en el GAD de Santa Ana de Cotacachi, demostrando debilidad y reflejándolo a los usuarios que acuden a esta entidad a realizar cualquier trámite
- La imagen que muestra el GAD de Santa Ana de Cotacachi a los usuarios se cataloga como bueno ya que presenta fallas en la atención al cliente y falta de comunicación siendo esto desfavorable, ya que hay un gran grupo de clientes insatisfechos por la demora de los trámites
- La capacitación a los empleados en las áreas que están desempeñando del GAD Santa Ana de Cotacachi no es constante por eso muestran falencias en sus cargos ya que no sabe cómo actuar frente alguna dificultad
- No existen políticas de motivación que ayuden a fortalecer los lazos del GAD de Santa Ana de Cotacachi y los empleados a realizar una actividad con gusto que potencialicen y fortifiquen el departamento de recursos humanos, a fin de que el personal se sienta comprometido con el municipio y se minimice los errores que causan graves inconvenientes en la entidad
- La falta de una guía que sirva de consulta para determinar cómo actuar frente a la falta de comunicación y la mala atención a los usuarios que acuden al GAD de Santa Ana de Cotacachi ha llevado crear un ambiente desfavorable en la institución interna y externamente.



## Recomendaciones

- Se debe mejorar los procesos de comunicación internamente en el GAD de Santa Ana de Cotacachi, para mostrar una imagen sólida ante la ciudadanía que observa desde afuera la gestión que se realiza día a día
- Se debe fortalecer la imagen, mejorar la comunicación y la atención al cliente del GAD de Santa Ana de Cotacachi
- La capacitación a los empleados debe de ser continua en las áreas que están desempeñando en el GAD Santa Ana de Cotacachi para demostrar conocimiento en el puesto, buen trato al usuario y solidez institucional
- Definir políticas de motivación que ayuden a fortalecer los lazos del GAD de Santa Ana de Cotacachi y los empleados para potencializar y fortalecer la comunicación
- Elaborar una guía que sirva de consulta para mejorar la comunicación y el buen trato a los y usuarios que acuden al GAD de Santa Ana de Cotacachi y mejorar el ambiente de la institución tanto interna y externamente.

## REFERENCIAS

### Glosario de términos

**Actitud.** - Es la como una persona se siente y como lo represente frente alguna actividad

**Aptitud.** - Persona capaz para realizar cualquier actividad a él encomendada

**Atención.** – Capacidad de una persona para mantener interés con respeto escuchando lo que necesita para de esta manera satisfacer sus necesidades y cubrir sus expectativas.

**Calidad.** – Valor que se le da a un determinado producto por los beneficios que presenta

**Capacitación.** – Usar diferentes temas, estrategias, métodos, técnicos para que una persona se ilustre en un contenido en particular que no tiene conocimiento o necesito refuerzo.

**Cliente.** – Es la persona que acude por un producto o servicio cuando siente la necesidad de hacerlo, y la razón de ser de una empresa u organización tanto pública como privada.

**Comportamiento.** – Manera de proceder con las personas que están a nuestro alrededor dependiendo a los estímulos que se presenten

**Comunicación.** – Acción de comunicarse con una o varias personas para transmitir un mensaje

**Cortesía.** – Manifestación respeto y afecto hacia una persona sea de manera escrita o personal

**Costumbres.** - Maneras de comportarse de un grupo de personas para realizar una determinada actividad que está relacionado con su identidad e historia

**Desarrollar.** - Seguir terminando la actividad que se estaba realizando hasta concluir

**Desempeñar.** - Cargo o actividad de una persona en la cual se desenvuelve en el puesto de trabajo a él asignado

**Estrategia.** - Método que se utiliza para conseguir que se comprenda lo que se quiere transmitir

**Éxito.** - Aceptación personal o empresarial de un producto o servicio que se oferta ante un público meta

**Herramienta.** - Elemento que se utiliza para conseguir la que se quiere dar a conocer sea el canal adecuado

**Honestidad.** – Hacer las cosas con convicción propia pensando en lo correcto, sin necesidad de hacer daño a nadie

**Imagen.** - Forma en la que mira un público desde afuera

**Integridad.** – Hacer lo correcto cuando nadie nos ve

**Municipio.** - Entidad pública en donde los ciudadanos acuden a realizar diferentes trámites

**Satisfacción.** - Nivel que se mide un servicio o producto ante un cliente para determinar cuanta aceptación tubo

**Servicio.** - Producto intangible que no se puede tocar, pero se puede medir de acuerdo al nivel de satisfacción de cada persona

**Usuarios.** - Persona que acude a un lugar para requerir de un servicio o producto.

## Bibliografía

- Álvares, R. (25 de 01 de 2013). *Cultura organizacional y comunicación interna*. Obtenido de Cultura organizacional y comunicación interna: <https://caracascomunicacioneimagen.wordpress.com/2013/01/25/cultura-organizacional-y-comunicacion-interna/>
- Casals, E. (2016). *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?* Barcelona: UOC.
- Castillo, D. (03 de 2016). *¿Qué es la Comunicación? ¿Cuáles son sus elementos?* Obtenido de ¿Qué es la Comunicación? ¿Cuáles son sus elementos?: <http://apuntesparaestudiar.com/lengua-y-literatura/%C2%BFque-es-la-comunicacion-%C2%BFcuales-son-sus-elementos/>
- Costa, C., & Túnnez, M. (2014). *Comunicación corporativa: Claves y escenarios*. Barcelona: UOC.
- Costa, J. (03 de 2015). *Comunicar por objetivos*. Obtenido de Comunicar por objetivos: <http://www.oocities.org/mx/pornitro/Diseno/costa.html>
- De Castro, A. (2017). *Manual práctico de Comunicación Organizacional*. España: Verbum.
- Escobar, C. (2010). *Tecnología Estratégica: La tecnología habilitando el negocio*. Colombia: César Escobar .
- Guajardo, E. (2008). *Administración de la calidad total*. México: Pax.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson.
- León, C. (06 de 2015). *Imagen corporativa*. Obtenido de Imagen corporativa: [https://www.ecured.cu/Imagen\\_Corporativa](https://www.ecured.cu/Imagen_Corporativa)
- López , R. (2001). *La escuela por dentro. Perspectivas de la cultura escolar en la España del siglo XX*. Valencia: REPRINT.
- Marín, T. (07 de 10 de 2011). *Fundamentacion tecnologica*. Obtenido de Fundamentacion tecnologica: <http://tatianafundamentacionpedagogica.blogspot.com/>
- Menéndez, F. (26 de 06 de 2012). *La identidad corporativa, un factor determinante de la personalidad de las empresas*. Obtenido de La identidad corporativa, un factor determinante de la personalidad de

- las empresas: <http://www.artfactory.es/es/news/la-identidad-corporativa-un-factor-determinante-de-la-personalidad-de-las-e>
- Ñáñez , J. (31 de 08 de 2016). *Plan de comunicación empresarial*.  
Obtenido de Plan de comunicación empresarial:  
<https://www.ibm.com/developerworks/ssa/library/govSOA/plandecom/index.html>
- Office of Government Commerce. (2010). *Estrategia del servicio*. Reino Unido: The Stationery Office.
- Pérez Torres, V. C. (2010). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Prieto, J. E. (2016). *Geerencia del servicio: La clave para ganar todos*. Bogotá: Ecoe.
- Rodríguez, I. (2011). *Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing*. Barcelona: UOC.
- Sánchez, P. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. España: Editex.
- Sánchez, S. (09 de 03 de 2015). *Fundamentación psicológica aportaciones de la psicología y ciencias de la educación al diseño circular en sus diferentes niveles*. Obtenido de Fundamentación psicológica aportaciones de la psicología y ciencias de la educación al diseño circular en sus diferentes niveles:  
<https://oposinet.cvexpres.com/temario-orientacion-educativa/temario-3-orientacion-educativa/tema-1-fundamentacin-psicologica-y-pedaggica-aportaciones-de-la-psicologa-y-ciencias-de-la-educacin-al-diseo-circular-en-sus-diferentes-niveles/>
- Sendra, J. (2014). *Manejo de herramientas, técnicas y habilidades para la prestación de un servicio de teleasistencia: Comunicación efectiva con personas en situación de dependencia*. Ideaspropias Editorial S.L.
- Vértice. (2010). *Atención al cliente*. España: Vértice S.L.
- Vértice. (2010). *Atención al cliente: Calidad en los servicios* . España: Editorial Vértice.
- Villa Casal, J. (2014). *Manual de atención a clientes y usuarios*. España: Profit.

# ANEXOS

## Anexo 1 Árbol de problemas

### CAUSAS

Falta de comunicación

Demora en los trámites

Personal no capacitado

Poco desarrollo institucional

¿Cómo los inadecuados procesos afectan la comunicación con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi?

### EFECTOS

Deficiente servicio

Molestias en los clientes

Falta de conocimiento en el cargo

Falta de organización y planificación

## Anexo 2 Matriz de coherencia

<b>Formulación del problema</b>	<b>Objetivo general</b>
<p>¿Cómo los inadecuados procesos afectan la comunicación con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los procesos de comunicación y su relación con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi año 2017.</li> </ul>
<b>Interrogantes de investigación</b>	<b>Objetivos específicos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo diagnosticar los procesos que intervienen en la comunicación y la relación que tienen con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi?</li> <li>• ¿De qué manera elaborar una propuesta alternativa para mejorar los procesos de comunicación para mejorar la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnosticar los procesos que intervienen en la comunicación y la relación que tienen con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi</li> <li>• Elaborar una propuesta alternativa para mejorar los procesos de comunicación para mejorar la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi</li> </ul>



## Anexo 3 Encuesta dirigida a los funcionarios del GAD Santa Ana de Cotacachi



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

**Objetivo:** Analizar los procesos de comunicación y su relación con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi año 2017.

Se agradece contestar con sinceridad, la información que sea recopilada será uso exclusivo para la realización del trabajo de grado.

### 1. ¿Cuál es su nivel de formación académica?

Bachiller ( )

Superior ( )

Cuarto nivel ( )

Ninguno ( )

Otro ( )

### 2. ¿Su capacitación es constante en temas acorde a su puesto que esta ocupando?

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**3. ¿Utiliza algún tipo de estrategias para comunicarse interna y externamente con los usuarios?**

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**4. ¿Cómo considera que es el trato que usted brinda a los usuarios internos y externos que acuden a su dependencia?**

Muy adecuado ( )

Adecuado ( )

Poco adecuado ( )

Inadecuado ( )

**5. ¿Cómo calificaría su desempeño laboral en el puesto que ocupa?**

Muy adecuado ( )

Adecuado ( )

Poco adecuado ( )

Inadecuado ( )

**6. ¿Cree que es indispensable capacitar al personal en temas de comunicación y atención al cliente?**

Si ( )

No ( )

**7. ¿Al momento de realizar esta capacitación mejorará la atención a los usuarios en el GAD Santa Ana de Cotacachi?**

Si ( )

No ( )

**8. ¿La comunicación con los usuarios es de calidad?**

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**9. ¿La actitud del personal que labora en el GAD de Santa Ana de Cotacachi es?**

Muy adecuado ( )

Adecuado ( )

Poco adecuado ( )

Inadecuado ( )

**10. ¿La información que solicita la ciudadanía en el municipio de Santa Ana de Cotacachi es rápida y clara?**

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 4 Encuesta dirigida a los usuarios del GAD Santa Ana de Cotacachi



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

**Objetivo:** Analizar los procesos de comunicación y su relación con la calidad de atención al cliente del GAD Municipal Santa Ana de Cotacachi año 2017.

Se agradece contestar con sinceridad, la información que sea recopilada será uso exclusivo para la realización del trabajo de grado.

### 1. ¿El trato que usted recibe es el esperado?

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

### 2. ¿El personal que labora en el GAD de Santa Ana de Cotacachi está dispuesto ayudarlo?

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**3. ¿El personal está calificado para estar en el puesto que está ocupando?**

Si ( )

No ( )

**4. ¿La imagen que le muestra el personal le da confianza y seguridad?**

Si ( )

No ( )

**5. ¿Se le brinda la información de una manera clara y precisa?**

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**6. ¿Existen medios de comunicación adecuados para brindar un buen servicio?**

Si ( )

No ( )

**7. ¿Es buena la comunicación entre el personal que labora en la institución y usted?**

Si ( )

No ( )

**8. ¿Los trabajadores del GAD Santa Ana de Cotacachi le da una respuesta inmediata algún problema o necesidad que presenta**

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**9. ¿Existe demora en la entrega de los trámites?**

Siempre ( )

Casi siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**10. ¿Ha visto que se ha mejorado de alguna manera el servicio en el  
GAD de Santa Ana de Cotacachi?**

Si ( )

No ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 5 Listado de trabajadores del GAD de Santa Ana de Cotacachi

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>CARGO</b>
AGUIRRE BERMEO MAYRA CLARIBEL	JEFE DE UNIDAD MIEMBRO PRINCIPAL DE LA JUNTA PROTECTORA DE DERECHOS
ALBUJA GARZÓN DANY SEBASTIÁN	Certificador (Registro de la Propiedad)
ALENCASTRO PÁEZ ERIKA VIOLETA	Asistente (Dirección Administrativa)
ALMEIDA HERRERA JHÉSICA LISETH	Jefa de Unidad de Asesoría Jurídica
ALMEIDA ROSERO RUTH MARLENE	CONCEJALES
ALVEAR MORALES LENIN LEONARDO	Especialista Museo-Culturas
ANDRADE RUIZ CARLOS GERMAN	ESPECIALISTA-OO.PP
ANDRADE RUÍZ DANY FELIPE	Jefe de Ambiente, Higiene y Salubridad
ANDRADE YACELGA JOSE RAFAEL	ASISTENTE CULTURAS Y DEPORTES
ARAQUE ARAQUE LUIS ERNESTO	Analista (Participación)
ARMENDÁRIZ GUERRA GIOVANNY ROBERTO	Comisarios de Construcciones
AYALA TRUJILLO OTTO IVÁN	Director de Gestión Financiera
BARRERA ECHEVERRÍA RÓBINSON MAURICIO	Analista de Procuraduría Síndica
BOLAÑOS CERPA MISHEL YADIRA	CERTIFICADORA DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD
BONILLA SIMBA JOSÉ LUIS	Jefe Departamental de Agua Potable y Alcantarillado
CABASCANGO ANRANGO RODRIGO	Camarógrafo
CABASCANGO MONTALVO MARÍA MARILIN	ANALISTA DE CONTABILIDAD
CACUANGO MUENALA MARÍA ROCÍO	JEFE DE UNIDAD -BODEGA
CALDERÓN ESTÉVEZ LUIS ERNESTO	ESPECIALISTA - OO.PP
CASTRO ARROYO ROSANA PAOLA	PROCURADORA SÍNDICA
CERPA SALTOS JENNYFER VERÓNICA	JEFA DE TURISMO
CEVALLOS MORENO JOMAR JOSÉ	ALCALDE
CEVALLOS MORENO WILSON ENRIQUE	ANALISTA

CEVALLOS MUEPAZ MÉLIDA JESSICA	ASISTENTE
CUEVA VERA JOSÉ	DIRECTOR DE -PLANIFICACIÓN
DEFAZ CALAPAQUI NORMA ROCÍO	ANALISTA DE DIRECCIÓN FINANCIERA
DURÁN JÁCOME ANITA CECILIA	ESPECIALISTA DE AGUA POTABLE
ECHEVERRÍA UBIDIA ROSARIO BEATRIZ	ESPECIALISTA PLANIFICACIÓN
ESCOBAR MEZA HERNÁN MARCELO	PROMOTOR ADMINISTRACIÓN ZONAL INTAG
ESTRADA SALTOS OLGA LUCIOLA	ANALISTA
FARINANGO PERUGACHI MARÍA FABIOLA	PROMOTORA DE DERECHOS HUMANOS
GALLEGOS CHICAIZA CARLOS FERNANDO	ESPECIALISTA-CASA CULTURAS
GALLEGOS ESCOBAR LAURA ISABEL	ANALISTA COMUNICACIÓN
GAVILANES LÓPEZ LAURA VERÓNICA	Jefa Departamental de Derechos Humanos y Grupos Prioritarios
GÓMEZ CAIZA ÍNDIRA CAROLINA	Jefa Departamental de Control Urbano y Rural
GÓMEZ GÓMEZ SORAYDA MARIBEL	Abogada de Derechos Humanos y Grupos Prioritarios
GÓMEZ RUÍZ HÉRMAN PETRONIO	JEFE DEPARTAMENTAL DE GESTIÓN INSTITUCIONAL
GORDILLO MEJÍA NELSON PATRICIO	CONTADOR GENERAL
GRIJALVA DELGADO EDISON FRANCISCO	ESPECIALISTA-HIGIENE Y SALUBRIDAD
GUAJÁN CABASCANGO GLADYS MIRIAM	RECAUDADORA-FINANCIERO
GUAJÁN CUSHCAGUA SERGIO CÉSAR	CERTIFICADOR
GUALOTUÑA PASTRANO ÁNGEL PAÚL	ADMINISTRADOR ZONAL INTAG
GUANDINANGO GUANDINANGO AIDA VERÓNICA	ANALISTA-SECRETARIA GENRAL
GUANOLUISA ÁLVAREZ GIOVANNA MARTEL	FISCALIZADORA
GUERRA LOZA CECILIA ESMERALDA	JEFA DE UNIDAD JUNTA DE DERECHOS
GUERRA TERAN ISIDRO JACINTO	ESPECIALISTA-OO-PP-HIGIENE
GUEVARA LOZANO HECTOR RODRIGO	FISCALIZADOR



GUIARRA DE LA CRUZ GLADYS SUSANA	DIRECTORA DE TURISMO Y CULTURAS
GUZMÁN PABÓN VIVIANA DEL ROCÍO	Jefa Departamental de Talento Humano
HARO NARVÁEZ MARCELA GUADALUPE	INSCRIPTORA
HARO TERÁN LILIAN FABIOLA	ABOGADA DEL REGISTRO
IMBA IMBA FREDDY PATRICIO	TESORERO MUNICIPAL
INGA MORAN LUIS ROLANDO	FISCALIZADOR
LEMA HERMOSA GLORIA ELIZABETH	Analista de Planificación
LOZANO CEVALLOS ÁLVARO SANTIAGO	CONCEJALES
LUNA YUNDA JOSÉ RICARDO	ESPECIALISTA- PLANIF. URBANO
MARÍN MONTERO VERÓNICA PATRICIA	Periodista
MANZANO RUALES TANNIA ZAMANTHA	REGISTRADORA DE LA PROPIEDAD
MEJÍA YÉPEZ DARWIN JOSÉ RAMÓN	ANALISTA DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO
MEZA ACOSTA SONIA ELIZABETH	BIBLIOTECARIA 2
MONTENEGRO ANDRADE EDWIN ARMANDO	Especialista Topógrafo
MONTENEGRO ANDRADE PATRICIA DEL PILAR	ANALISTA
MONTENEGRO TAMAYO GISHELA KATHERINE	ANALISTA- FINANCIERO
MORALES QUIÑA ÉDISON OSWALDO	ANALISTA- CAS CULTURAS
MORALES VACA DIEGO FERNANDO	ASISTENTE DE TRANSPORTES
MORALES TRUJILLO RICAR SANTIAGO	ANALISTA AVALÚOS
MORÁN SALAZAR GILBERTO	JEFE DE UNIDAD MIEMBRO PRINCIPAL DE LA JUNTA PROTECTORA DE DERECHOS
MUÑOZ ECHEVERRÍA WITHMAN MARCELO	JEFE DE UNIDAD DE RENTAS
MURIEL ANDRADE AIDA PATRICIA	JEFE DE UNIDAD- SECRETARIA GENERAL
MURIEL ANDRADE OLGA MARISOL	CERTIFICADORA
MURIEL ANDRADE SONIA CECILIA	ASISTENTE DE ARCHIVO

NARVÁEZ LEÓN MANUEL MESÍAS	CONCEJAL
NAVARRO CANSINO EDISON GUILLERMO	Jefe Departamental de Comunicación
OLMEDO ANDRADE GUSTAVO RAUL	ANALISTA-AVALUOS
OLMEDO GORDILLO KATHERINE ESTEFANÍA	ENCARGO COMO ESPECIALISTA (ANALISTA-AVALUOS ENCARGO ESPECIALISTA)
OLMEDO JÁTIVA WILLIAN PAÚL	CERTIFICADOR DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD
OSNAYO MARTÍNEZ CRISTHIAN ISRAEL	Secretario Ejecutivo de Seguridad Ciudadana y Gestión de Riesgos
PAZ HURTADO CHRISTIAN FRANCISCO	DIRECTOR DE GESTIÓN AMBIENTAL
PÉREZ DE LA CRUZ ANA LUCÍA	ASISTENTE DE VENTANILLA DEL REGISTRO DE LA PROPIEDAD
PEREZ MUÑOZ SANDY YAJAIRA	Especialista (Alcaldía)
PIJUANGO SÁNCHEZ NANCY ADRIANA	SECRETARIA DEL CONCEJO MUNICIPAL
PINTO CEVALLOS EDWIN BOLIVAR	ANALISTA- RADIO MUNICIPAL
ROSERO LANDETA LUIS FERNANDO	DIRECTOR DE OBRAS Y SERVICIOS PÚBLICOS
RUBIO CERPA KATIUSCA LORENA	Jefa departamental de Gestión de Proyectos y Cooperación Internacional
RUIZ VARELA CARLOS ALONSO	PROMOTOR DERECHOS HUMANOS Y GRUPOS P
RUIZ COBOS GUIDO PATRICIO	Jefe Departamental de INGENIERÍA Y PROYECTOS
RUÍZ PROAÑO ANDREA CAROLINA	PSICÓLOGA
SÁNCHEZ BRAVO DOLORES LISETH	Abogada de Coactivas
SANIPATIN IBADANGO MANUEL HERIBERTO	JEFE DEPARTAMENTAL- INFORMATICA
SARZOSA VELASCO JORGE DANIEL	SECRETARIO TÉCNICO DEL CONSEJO CANTONAL DE PROTECCIÓN DE DERECHOS
SARZOSA VELASCO CECIBEL ADRIANA	Analista de Procuraduría Síndica
TAFUR VILLALBA VIVI DE LAS MERCEDES	Analista de Talento Humano
TERÁN PILLAJO CRISTIAN RENÉ	Especialista en Proyectos
TERÁN TORO WILSON RICARDO	ANALISTA DE COMPRAS PÚBLICAS TRANSPORTES
TORO TORRES ESNEY CAROL	ANALISTA- OO.PP

TORRES GUERRERO RODMAN PATRICIO	ANALISTA DE TECNOLOGÍA INFORMÁTICA
URQUIZO BURBANO IVANA CAROLINA	ESPECIALISTA OBRAS PÚBLICAS
VACA TELLO CINTHYA LORENA	JEFE DE UNIDAD TÉCNICA DE COMPRAS PUBLICAS
VALLEJO ECHEVERRÍA ALFARO JAVIER	COORDINADOR GENERAL
VALLEJOS ÁLVAREZ HUGO VINICIO	CONCEJAL
VARGAS VITERI YOLANDA MARICELA	Especialista en Laboratorio
VELASCO PAREDES EDISON PATRICIO	ANALISTA DE TECNOLOGÍA INFORMÁTICA
VELÁSQUEZ ULLOA MARLON JAVIER	ANALISTA (LAS GOLONDRINAS)
VERA GUZMÁN LUIS MIGUEL	ASISTENTE DE BODEGA
VILLARREAL NICARAGUA PEDRO ANIBAL	ESPECIALISTA-OOPP
VINUEZA VACA SANDRA PATRICIA	JEFA DE UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL
	DIRECTORA ADMINISTRATIVA
YÉPEZ GUEVARA MARCO FABIÁN	CONCEJAL

## Anexo 6 Fotografías

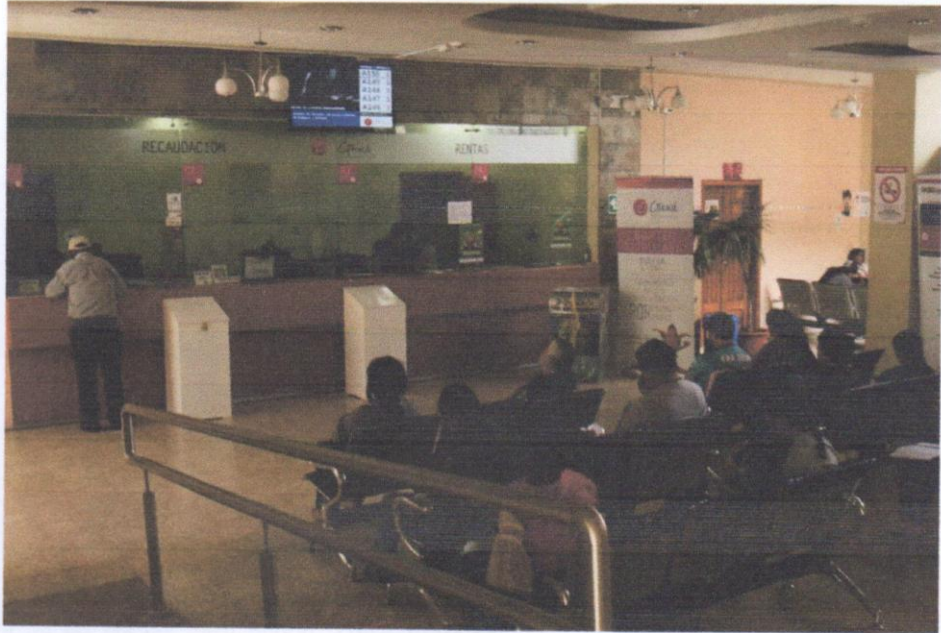


Elaborado por: Marcela Haro

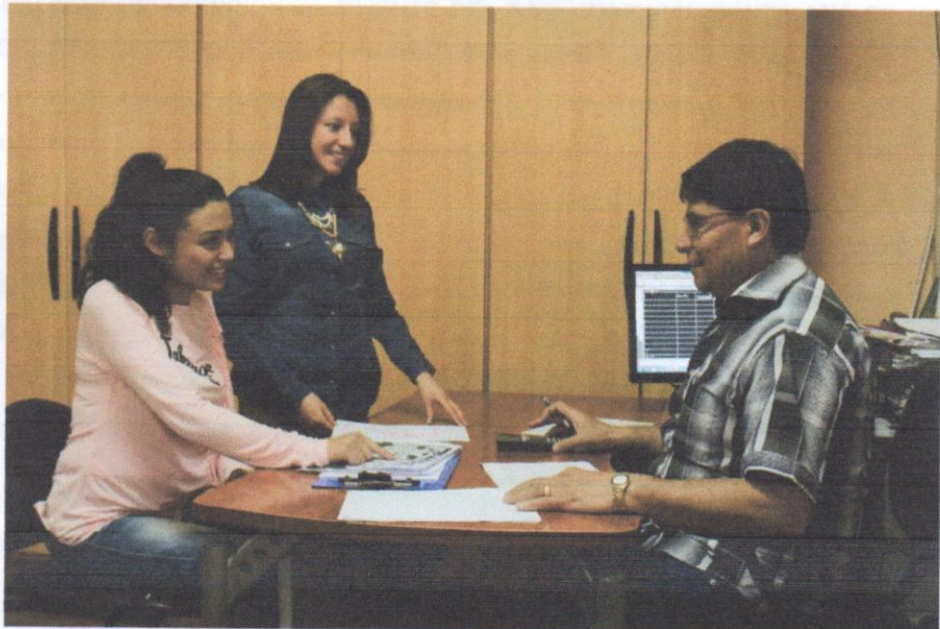


Elaborado por: Marcela Haro





Elaborado por: Marcela Haro



Elaborado por: Marcela Haro

## Anexo 7 Certificados

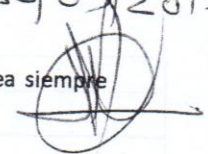


UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE EDUCACION CIENCIA Y TECNOLOGIA  
CARRERA DE LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN  
ESPAÑOL  
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

Cotacachi, 30 de septiembre 2017

Magister.  
Jomar Cevallos  
ALCALDE DEL GAD SANTA ANA DE COTACACHI

→ TH  
- Autorizado  
30/09/2017



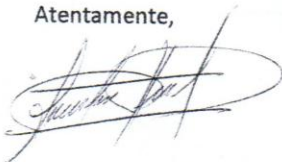
Presente.

Reciba un atento saludo y el deseo sincero para que su gestión administrativa sea siempre orientada al servicio de la juventud estudiosa de la provincia y del país.

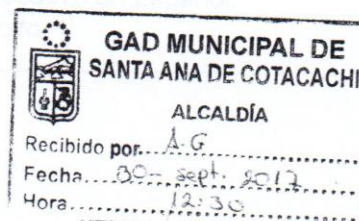
Yo Marcela de las Nieves Haro Bedón con C.C 100355398-7, estudiante de la carrera de Secretariado Ejecutivo en Español, de la Universidad Técnica del Norte, me dirijo a usted con la finalidad de que autorice realizar un diagnóstico investigativo dirigido a su institución con el siguiente tema: **"ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL GAD MUNICIPAL SANTA ANA DE COTACACHI AÑO 2017"**; de la misma manera solicito autorice a quien corresponda en proporcionarme información exacta, detallada y que me conceda realizar fotografías del personal que labora en la institución, con el objeto de realizar un diseño y cálculo de muestra como parte del diagnóstico y análisis de características; cabe mencionar que la propuesta de dicha investigación será una guía de procesos comunicacionales y atención al cliente, la cual será entregada al Departamento de Talento Humano como resultado del presente trabajo investigativo.

En espera de contar con su aporte a la información integral de los futuros profesionales en Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en Español, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Marcela Haro B.  
ESTUDIANTE DE LA CARRERA SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL- FECYT-UTN







**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003553987		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Marcela de las Nieves Haro Bedón		
DIRECCIÓN:	Cotacachi, Esmeraldas 1880 y Alfredo Albuja Galindo		
EMAIL:	mdhd160692@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2915-384	TELÉFONO MÓVIL	0997342752

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL GAD MUNICIPAL SANTA ANA DE COTACACHI AÑO 2017
AUTOR (ES):	Marcela de las Nieves Haro Bedón
FECHA: AAAAMDD	2018/04/27
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciada en la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Español.
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Sandra Pozo

**2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, Marcela de las Nieves Haro Bedón, con cédula de identidad Nro. 1003553987, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

**3. 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 27 días del mes de abril de 2018

**EL AUTOR:**



(Firma).....  
Nombre: Marcela de las Nieves Haro Bedón  
C.C. 1003553987





## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Marcela de las Nieves Haro Bedón, con cédula de identidad Nro. 1003553987 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL GAD MUNICIPAL SANTA ANA DE COTACACHI AÑO 2017**, que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciada en Ciencias de la Educación especialidad Secretariado Ejecutivo en Español, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 27 días del mes de abril de 2018

(Firma) .....

Nombre: Marcela de las Nieves Haro Bedón  
Cédula: 1003553987