



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA DE LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

TEMA:

“ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y RELACIONES INTERNAS EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE IBARRA”.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en la especialidad de Secretariado Ejecutivo en español.

AUTORA:

Celena Maricela Folleco Espinoza

DIRECTORA:

Msc. Nancy Guadalupe Andrade Ruiz

IBARRA, 2019



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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CEDULA DE IDENTIDAD:	100383606-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	FOLLECO ESPINOZA CELENA MARICELA		
DIRECCIÓN:	Alpachaca, calle Machala y Halcón 1-59		
EMAIL:	cmfollecoe@utn.edu.ec		
TELEFONO FIJO:	-----	TELEFONO CELULAR:	0982991782

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Análisis de atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral del personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.
AUTORA:	FOLLECO ESPINOZA CELENA MARICELA
FECHA: DD/MM/AAAA	23/07/2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en Español
ASESOR/ DIRECTOR	MSc. Guadalupe Andrade

2. CONSTANCIAS

La autora Folleco Espinoza Celena Maricela manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrolló, sin violar los derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

AUTORA:



Nombre: FOLLECO ESPINOZA CELENA MARICELA
C.I.: 1003836069
Ibarra, 23 de julio de 2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

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

Yo, FOLLECO ESPINOZA CELENA MARICELA con cédula de identidad Nro. 1003836069, 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 denominado: **“ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y RELACIONES INTERNAS EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE IBARRA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en 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.

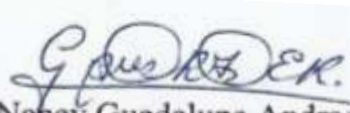
FOLLECO ESPINOZA CELENA MARICELA
C.I.: 1003836069
Ibarra, 23 de Julio de 2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CERTIFICADO DE LA DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo directivo de la facultad de Educación, Ciencia y tecnología de la Universidad Técnica del Norte en calidad de Directora de Trabajo de grado presentado por la señorita Folleco Espinoza Celena Maricela, para optar por el título de Licenciada en la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Español cuyo tema: **“ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y RELACIONES INTERNAS EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE IBARRA”**. Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometida a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que designe.

Ibarra, 23 de julio de 2019



Msc. Nancy Guadalupe Andrade

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

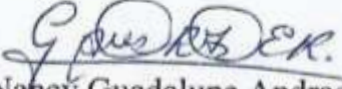


UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal aprueban el proyecto de investigación, sobre el tema: **ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y RELACIONES INTERNAS EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE IBARRA**, de la estudiante Folleco Espinoza Celena Maricela, previo a obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español.

Para constancia firman



Msc. Nancy Guadalupe Andrade

DIRECTORA TRABAJO DE GRADO



Msc. Richard Encalada
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Msc. Pablo Tapia

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Msc. Consuelo Andrade

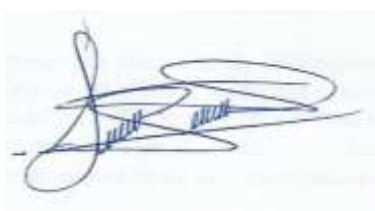
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **FOLLECO ESPINOZA CELENA MARICELA**, con cedula de identidad 100383606-9, declaro bajo juramento que el trabajo de grado titulado: **“ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y RELACIONES INTERNAS EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE IBARRA”** ha sido desarrollada mediante una investigación minuciosa, respetando los derechos intelectuales de terceros, cuyas referencias bibliográficas se incluyen en este documento.

Todo efecto académico y legal que se desprenda de la presente investigación será de mi entera responsabilidad.

Atentamente,



FOLLECO ESPINOZA CELENA MARICELA

CI: 1003836069

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado quiero dedicar principalmente a Dios que me ha dado la vida y fortaleza para terminar este trabajo, a mis padres por el apoyo brindado y estar ahí cuando más lo necesite; han sido un pilar importante en el trascurso de mis estudios, especialmente mi madre que es una persona incondicional conmigo que ha guiado mi camino y siempre me motivo para no darme por vencida pese a la dificultades y obstáculos que se me presentaron, me ha dado siempre lo mejor.

A mi amado hijo Kenny que desde el momento que llego a mi vida se convirtió en mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

Celena Maricela Folleco Espinoza

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fortaleza y paciencia para culminar este trabajo, de manera muy especial a mis padres por brindarme su apoyo incondicional en la realización de una de mis más grandes sueños que era terminar mis estudios que hoy lo he cumplido, a la Universidad Técnica del Norte por permitirme conseguir mi sueño y culminar mis estudios, a los docentes de la FACULTAD de Educación, Ciencia y Tecnología por haber impartido conocimientos, experiencias en el transcurso de mi carrera para alcanzar mi título profesional.

Agradezco también a mi pareja por su apoyo incondicional brindándome su comprensión, cariño amor, a mi hermano por ayudarme con mi hijo cuando más lo necesitaba, de manera infinita agradezco a todos quienes de una u otra forma me brindaron su apoyo para culminar con éxito mi carrera profesional que la he conseguido con esfuerzo, dedicación y responsabilidad.

Celena Maricela Folleco Espinoza

ÍNDICE DE CONTENIDO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
CERTIFICADO DE LA DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	vi
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
RESUMEN	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN	xv
CAPITULO I	1
1. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Fundamentación sociológica.....	1
1.2. Fundamentación filosófica.....	3
1.3. Fundamentación axiológica	4
1.3.1. Valores del personal de la empresa.....	6
1.4. Fundamentación legal	7
1.5. Atención al cliente	11
1.5.1. Clases de atención.....	11
1.5.2. El cliente	12
1.5.3. Clasificación de los clientes	13
1.5.4. Perfil de los clientes	14
1.5.5. Necesidades del cliente	15
1.5.6. Calidad en la atención al cliente.....	15
1.5.7. Beneficios de una buena atención al cliente	17
1.5.8. Imagen personal y profesional	17
1.6. Relaciones internas	18
1.6.1. Relaciones humana	19
1.6.2. Las relaciones humanas laborales	19
1.6.3. Principios generales de las relaciones laborales.....	20
1.6.4. Comunicación interna y externa	21
1.6.5. Tipos de comunicación	22
1.7. Desempeño laboral.....	24
1.7.1. Ambiente de trabajo.....	26
1.7.2. Como lograr un buen ambiente laboral.....	26
1.7.3. Personal administrativo.....	27

1.7.4. Importancia de la administración.....	29
1.7.5. Formación profesional	29
CAPITULO II.....	31
2. METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN.....	31
2.1 Tipos de investigación	31
2.1.1. Descriptiva	31
2.1.2. De campo	31
2.1.3. Documental o bibliográfica.....	31
2.2 Métodos de investigación.....	31
2.2.1. Método analítico	31
2.2.2. Método inductivo	32
2.2.3. Método deductivo	32
2.3. Técnicas e instrumentos	32
2.3.1. La encuesta.....	32
2.3.2 Cuestionario de entrevista.....	32
2.4. Matriz de relación	33
2.5. Población.....	34
2.6. Muestra	34
2.6.1. Cálculo de la muestra.....	34
CAPITULO III.....	36
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	36
CAPÍTULO IV.....	44
4. PROPUESTA.....	44
4.1. Título.....	44
4.2. Justificación e importancia.....	44
4.3. Objetivos	45
4.3.1. Objetivo General	45
4.3.2. Objetivos específicos	45
4.4. Ubicación sectorial.....	45
4.6. Impactos.....	78
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES.....	80
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	81
BIBLIOGRAFÍA	84
ANEXOS	87
ANEXO 1: OFICIO DE ACEPTACIÓN.....	88
ANEXO 2: RECIBIDO DE LA GUÍA	89

ANEXO 3: FORMATO DE ENCUESTA.....	90
ANEXO 4: FORMATO DE CUESTIONARIO DE ENTRVISTAS.....	91
ANEXO 5: ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	92
ANEXO 6: CERTIFICADO URKUND	93
ANEXO 7: FOTOGRAFÍAS	95

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un análisis y aplicación de una variedad de métodos, técnicas e instrumentos de investigación, que luego de la respectiva tabulación de datos obtenidos y la aplicación de encuestas y entrevistas tanto al personal administrativo como a los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, se logró evidenciar las causas y efectos del problema central.

La calidad en la atención de las instituciones del sector público ha sido cuestionada en varias ocasiones y la mayoría de veces encontramos clientes insatisfechos con el servicio que reciben dentro del GAD. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación entre las variables atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral del personal administrativo de la institución.

La investigación se basó en fundamentos teóricos, tecnológicos y científicos obtenidos de fuentes bibliográficas y libros certificados que permitieron sustentar el presente trabajo. La investigación de campo, se realizó con el personal administrativo y los diferentes clientes que forman parte de la institución, información que permitió establecer conclusiones y recomendaciones útiles para elaborar la propuesta que desarrolla una guía metodológica de emprendimiento con información actualizada y un lenguaje sencillo para el logro de los objetivos planteados.

Una vez conocidos los principales problemas, se propone la implementación de la guía de atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral que será de fácil aplicación en la vida diaria de los funcionarios.

Palabras clave: Calidad, atención al cliente, clientes, desempeño laboral, relaciones internas, personal administrativo.

ABSTRACT

This research work is an analysis and application of a variety of methods, techniques and research instruments, which after the respective tabulation of data obtained and the application of surveys and interviews to both administrative staff and customers of the Decentralized Autonomous Government of Ibarra. Determined the quality of care of public sector institutions which has been questioned on several occasions and most times clients are dissatisfied with the service they receive at the GAD.

The main objective of this research is to determine the relationship between the variables of customer service and internal relations in the work performance of the administrative staff of the institution.

The research was based on theoretical, technological and scientific foundations obtained from bibliographic sources and certified books that supported the present work.

The field research was carried out with the administrative personnel and the different customers that are part of the institution, these information allowed to establish conclusions and useful recommendations to elaborate a methodological guide of entrepreneurship with updated information and a simple language for the achievement of the proposed objectives.

Once the main problems were known, the implementation of the guide for customer service and internal relations in the work performance is proposed.

KEY WORDS

Quality, customer service, clients, work performance, internal relations, administrative personnel.

Victor Rodriguez
RW



INTRODUCCIÓN

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Ibarra es una institución pública que busca el bienestar socioeconómico de los habitantes donde acuden a realizar diferentes trámites. Debido a los múltiples servicios que la institución ofrece se necesita del aporte de un gran número de profesionales que labore en la misma y brinden una buena atención demostrar que la empresa es una entidad que responde, se preocupa por sus clientes y como tal es digna de confianza y de seguir contando con el apoyo de la ciudadanía porque su meta principal es satisfacer específicamente sus necesidades.

El personal administrativo es el encargado de realizar varias funciones y no están capacitados con normas de atención al cliente, situación que en ocasiones por falta de tiempo y preparación no les permiten realizar o prestar una buena atención a los clientes que se quejan constantemente.

En el GAD se evidencia una deficiente falta de aplicación de normas de atención al cliente porque todo el personal debe cumplir con un perfil profesional en lo que es manejo de archivo de la documentación, el uso adecuado de materiales, equipos de oficina e información que proporcionan, que sin duda alguna debe ir acompañado de una excelente atención cumpliendo a cabalidad con su labor.

Es importante fortalecer sus relaciones internas mismas que contribuyan a obtener un desempeño laboral favorable, donde el personal tanto interno como externo se sienta parte de la institución y aporte para el buen desempeño de la misma.

El éxito de una institución se ve reflejado en el desempeño y formación profesional para proporcionar un servicio con mayor productividad, especializado y de excelencia. De esta forma se puede alcanzar la excelencia en la prestación de servicios, cumpliendo a cabalidad el objetivo propuesto por la institución.

El objetivo de la investigación es analizar los aspectos que afectan el desempeño laboral y profesional de un servidor público, sus relaciones internas y la atención que brindan a los clientes que forman parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Ibarra. La fidelización en la atención a los clientes depende del trato recibido y del abastecimiento de sus expectativas por consecuencia su meta primordial es brindar un mejor servicio dando prestigio a la institución desempeñándose con eficiencia y eficacia.

La metodología que se aplicó consiste en la investigación descriptiva permitió identificar los problemas existentes en el desempeño laboral, relaciones internas y la atención al cliente a través de técnicas utilizadas mediante encuestas y entrevistas, investigación de campo se buscó corroborar la situación actual de los hechos, método analítico permitió analizar las diferentes técnicas y procesos que se utiliza para una buena organización, inductivo-deductivo ayudó a establecer las conclusiones partiendo de la situación actual en la que se encuentra, técnicas: la encuesta se aplicó a los clientes que forman parte de la institución, la entrevista identificó las condiciones en las que se encuentra el personal administrativo.

La propuesta de la investigación es realizar una guía de atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral del personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra con el fin de brindar un servicio eficaz que sea de calidad, así mismo restablecer las relaciones laborales.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presenta los temas más relevantes que han sido de suma importancia para el desarrollo de la investigación. Con la finalidad de sustentar adecuadamente la presente investigación se realizó un análisis de documentos bibliográficos, libros, revistas, etc.; los mismos que contienen información sobre la atención al cliente y relaciones internas en desempeño laboral.

1.1. Fundamentación sociológica

(Martínez Estrada A. , 2000, pág. 24). “La conducta social no está determinada por el aspecto biológico, sino por la cultura, mediante las actitudes, ideas, acciones, creencias, hábitos; que esquematizan los actos de comportamiento humano en la empresa y sociedad, basado en normas de atención al cliente”.

Por medio de esta investigación se identificó los aspectos que debe tener el ser humano para lograr relacionarse con los compañeros de trabajo y la sociedad, enlazados al modo de vida y al entorno de trabajo dentro de la institución, de esta forma se pudo distinguir factores necesarios para un correcto desenvolvimiento en el área de trabajo y determinar la conducta de cada persona, permitiendo que se integre adecuadamente a la sociedad que lo rodea.

La conclusión es que la calidad del servicio también es importante y muchas veces se le ignora porque es un factor determinante e importante en el éxito de una empresa, si ofrece un buen servicio tendrá clientes satisfechos y a gusto de consumir el “bien” que vende. Un cliente satisfecho es la mejor publicidad que puede tener una empresa. Como factor importante una empresa siempre debe invertir todos los recursos necesarios (tiempo, dinero, estudio de mercado, etc.) para ofrecer un servicio de calidad.

(Goodman, 2014) El éxito de toda empresa depende que el cliente este conforme con los productos y servicios ofrecidos; sin embargo, la mayoría de los ejecutivos considera la función de atención al cliente de sus empresas poco más que una molestia necesaria.

Para dar un buen servicio al cliente hay que crear un vínculo con él, a fin de lograr una relación duradera, crear confianza, lograr que el cliente sea leal a nuestra marca, producto o servicio. Lo importante aquí es que el cliente salga satisfecho y sienta que sus necesidades han sido cubiertas.

(Martínez Estrada, 2000, pág. 26). “Los seres humanos en sus relaciones con la sociedad en función de colaboradores desempeñan funciones en aspectos sociales distintos, definidas como grupo de actividades realizadas para mejorar la calidad de trabajo, cumplen una función de acuerdo con los objetivos institucionales”.

Que exista buenas relaciones humanas dentro de una institución es un factor muy importante para alcanzar el éxito no sólo con el cliente sino también internamente entre el equipo que forma el capital humano de la empresa. Es necesario que las organizaciones cuenten con líderes que sepan cómo gestionar el talento y sean capaces de adaptarse a los cambios en el mercado laboral.

(Martínez Estrada, 2001, pág. 13). “El estudio sistemático de conocimientos, métodos y técnicas que tratan de predecir el comportamiento humano, dentro de las organizaciones, con el propósito de lograr una sociedad más justa y más humana”.

Debido a que en la actualidad la sociedad se encuentra abierta al cambio, es importante compartir múltiples dimensiones de desarrollo integral para el ser humano reivindicando el proceso de aprendizaje porque la educación es un proceso de humanización es importante el conocimiento continuo de información, para afrontar y desarrollar las nuevas políticas, normas,

procesos y leyes necesarias para la ejecución de las actividades y tareas que demande la empresa o institución.

(Carvajal, 2008, pág. 14). “Toda sociedad busca educar a los ciudadanos con una ideología determinada, porque existen varias formas de comportamiento, donde los seres humanos se relacionan entre sí, comparten una misma cultura. Centrándose en su forma de pensar que fortalece al sistema social”.

En esta perspectiva se genera el respeto, la solidaridad, el buen trato, la responsabilidad, la honestidad y otros valores entre las personas que buscan lograr los objetivos institucionales, generando una mejor confianza entre compañeros de trabajo donde se ofrecen resultados positivos para promover un ambiente laboral provechoso para el personal administrativo.

1.2. Fundamentación filosófica

La teoría humanista es todo aquel aspecto con el que se nace más no los que se adquieren a lo largo de la existencia, mediante la comunicación con la sociedad.

(Cuéllar, 2008, pág. 26). “La educación es la disciplina filosófica práctica tiene por objeto de estudio al hombre en cuanto a ser educable, es decir, éste posee una capacidad intrínseca para ser educado, y el estudio de elementos que puedan incluirse en su enfoque”

Esta disciplina está basada precisamente en los comportamientos y actitudes del ser humano en la comunicación entre compañeros o al momento de brindar una atención a un cliente, la educación que muestran en la interacción con el usuario depende del manejo que tenga de sus modales, valores, principios y conocimientos que plantee en medio del dialogo con los clientes y compañeros de trabajo.

(Dalton , Dawn G., & Walts, 2007, pág. 2). “Las relaciones humanas estudian la interacción recíproca entre sujetos, en ámbitos institucionales, culturales, personales, formales, informales,

individuales y colectivos; porque dichas relaciones representan un recurso primordial en una institución que tiene en cuenta las necesidades y metas del ser humano”.

(Camilo José, 2018). Las relaciones humanas son el conjunto de normas, principios y técnicas para que las personas entablen mejores relaciones entre sí. Trata del grado de aceptación, simpatía y madurez que reflejamos hacia los demás, un aspecto importante dentro de la organización empresarial.

Los seres humanos están expuestos adoptar diferentes patrones de conducta y comportamiento que guiados por buenas relaciones humanas permiten aumentar el nivel de entendimiento y así integrarse en un ámbito establecido, permitiendo su desarrollo personal y social armonizando la relación en un grupo de trabajo.

(Gallaga García, 2009, pág. 16). “Para explicar y justificar el comportamiento humano en las organizaciones, la teoría de las relaciones humanas estudio a fondo esa interacción social. Se comprende por relaciones humanas las acciones y actitudes procedentes de la conexión entre personas y grupos”.

El comportamiento humano es el aprendizaje que va adquiriendo el individuo a lo largo de la vida basado en la capacidad de crear, proponer e incentivar el desarrollo de nuevos emprendimientos en las actividades destinadas para el ámbito social o institucional. También es un conjunto de actos exhibidos por el ser humano y determinados por la cultura, actitudes, emociones y valores de los individuos en las relaciones humanas dejando como resultado el mejoramiento y progreso de la sociedad.

1.3. Fundamentación axiológica

La axiológica es la que estudia los valores y conductas del ser humano frente a la sociedad permitiendo que interactúen entre sí, para de este modo establecer mejores relaciones

como individuos y sociedad. Es la teoría que analiza y ordena el conocimiento humano relacionado con los valores.

(PI Asesoría, 2018) “Los valores representan el cómo hacemos las cosas. Por lo mismo, no sólo tienen que encontrarse en la actitud de los miembros, sino en todo donde intervenga la empresa: los productos, la comunicación, la responsabilidad social, etc. Todo ello ayudará a tener una cultura corporativa clara y bien establecida, ayudando al buen funcionamiento de la organización”.

Crear un ambiente donde se compartan valores contribuirá al rendimiento y éxito de la empresa. Dotar a la empresa de valores claros y bien definidos ayudará también a darle una personalidad fuerte lo que conducirá a un sentimiento de pertenencia en los miembros que conforman la institución sintiéndose parte de una comunidad que trabaja para conseguir las metas y mismos objetivos.

(Gómez Gallardo, 2017, pág. 5). “El ser humano requiere una serie de conducta que le permitan convivir en sociedad; jurídicas, trato social y religioso. Adquiridos desde el nacimiento en convivencia familiar y social, donde aprendemos varias reglas y ajustamos la conducta al esquema de valores”.

Los valores son las enseñanzas que se adquieren a raíz de las experiencias, son hechos aprendidos mediante varias habilidades adquiridas a lo largo de la vida sean estas importantes o significativas relacionadas con la responsabilidad del hombre hacia sí mismo y hacia todo lo que le rodea, llevando una armonía con las leyes de la naturaleza.

No existe ninguna actividad que sea desarrollada por el ser humano que no esté ligada a la ética y la moral. Los valores son considerados un factor importante que definen la personalidad, comportamiento y conducta de las personas frente a los demás sea en un ambiente social, laboral o religioso.

1.3.1. Valores del personal de la empresa

(Covey , 2015, pág. 82). “La ética de Carácter enseñaba que existen principios básicos para vivir con efectividad, y que las personas solo puedan experimentar un verdadero éxito y una felicidad duradera cuando aprenden esos principios y los integran en su carácter básico”.

- **Ética.** - Costumbres, comportamientos y normas que los trabajadores demuestran, en cuanto a su compromiso con la institución.
- **Transparencia.** - Ser claro y determinante en los trabajos correspondientes de acuerdo con sus funciones asignadas de manera confiable y segura.
- **Honestidad.** - Generar confianza, respeto mutuo y buenas relaciones interpersonales en un ambiente laboral tranquilo y positivo.
- **Respeto.** - Considerar importante las capacidades, sentimientos, actitudes y comportamiento de los demás, buscando el bienestar y prosperidad de la institución.
- **Disciplina.** - Cumplir a cabalidad las normas establecidas en la empresa y por la ley, tanto disciplina verbal y laboral.
- **Lealtad.** - Un valor importante que todo trabajador debe cumplir, por el hecho de formar parte de institución, caracterizando relaciones de fidelidad con el entorno y la institución.

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones reales a los cuales se inclinan por su grado de utilidad personal y social. Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización, con ellos se define a sí misma, son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes. Los empresarios deben desarrollar virtudes como la prudencia, la justicia y la fortaleza para ser transmisores de un verdadero liderazgo.

1.4. Fundamentación legal

De acuerdo con la, (Ley Orgánica de Servicio Público, LOSEP, 2010)

En el ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

LEY ORGANICA DEL SERVICIO PÚBLICO

En su capítulo I. Artículo 1 y 2 manifiesta que sus principios y objetivos están regidos por la Ley, puesto que se sustentan en los principios de: calidad, calidez, competitividad, continuidad, descentralización, desconcentración, eficiencia, eficacia, equidad, igualdad, jerarquía, lealtad, oportunidad, participación, racionalidad, responsabilidad, solidaridad, transparencia, unicidad y universalidad que promuevan la interculturalidad, igualdad y la no discriminación; el servicio público y la carrera administrativa tienen por objetivo propender al desarrollo profesional, técnico y personal de las y los servidores públicos, para lograr el permanente mejoramiento, eficiencia, eficacia, calidad, productividad del Estado y sus diferentes instituciones, mediante la conformación, el funcionamiento y desarrollo de un sistema de gestión de talento humano sustentado en la homogeneidad de derechos, oportunidades y la no discriminación.

Según la, (Ley de La Constitución del Ecuador, 2008)

Capítulo tercero

Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria

Sección novena

Personas usuarios y consumidores

Art. 52.- los individuos poseen el derecho a disponer de bienes y servicios de buena calidad y a elegir con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de los usuarios, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o produzcan o comercializen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Según la, (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2011)

Art. 2.- Definiciones. - Para efecto de la presente Ley, se entenderá por:

Consumidor. - Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera bienes y servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario.

Derecho de devolución. - Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus

expectativas, cuando la venta del bienes o servicios no hayan sido hechos directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares.

En su capítulo 4 y 5 señala los derechos y obligaciones de los consumidores

Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la Republica, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y la difusión adecuada de sus derechos;

8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecta al consumidor; y,
10. Derecho acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que las empresas o establecimientos mantengan un libro de reclamo que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del consumidor. - Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no aceptar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios ilícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

1.5. Atención al cliente

(Arturo, 2015). La atención al cliente es un servicio que una institución brinda a sus clientes, encaminada a la satisfacción personal de cada uno, al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, ofrecer un buen servicio buscando cubrir sus necesidades.

(Zapatero Álvarez, 2012, pág. 10). “El éxito de una institución depende primordialmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los factores fundamentales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios”.

La atención al cliente es la parte fundamental que caracteriza a una institución pública en lo referente a la obtención de un bien, producto o servicio, la función de la empresa es siempre dar prioridad al cliente, porque el cliente es la parte más importante que tiene la institución, por eso el propósito es cubrir únicamente sus necesidades esperando su completa satisfacción, porque es el que hace que todas las funciones sean administrativas, académicas u otras, se desarrollen correctamente y de esta forma la institución logre alcanzar sus metas propuestas.

1.5.1. Clases de atención

(Villalobos, 2019). Se trata de diferentes maneras que se da la interacción con los clientes, en distintas variables, aunque los tipos de servicio representan más una clasificación que una forma de implementación, ayudan a establecer la relación entre institución y cliente.

La atención al cliente es el servicio que una empresa le brinda a sus prospectos desde el momento de ofrecer sus productos o servicios. Donde deben implementar normas de atención al cliente que les permitan atender y satisfacer las dudas e inquietudes de cada tipo de cliente. Existen diferentes tipos de atención al cliente para obtener los resultados que se desean.

- **Atención presencial.** - Se produce un encuentro físico con el cliente, se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel importante

- **Atención telefónica.** - Este tipo de atención exige que se cumplan una serie de normas no escritas si el objetivo es satisfacer al cliente. El hecho de no poder ver las posibles reacciones del cliente, hace que se ponga más esfuerzo y demostrar una actitud diferente a la presencial.
- **Atención proactiva.** - Busca crear necesidades en el cliente y motivar la compra del producto o servicio, el contacto es directo con el cliente sin que él lo espere. Exige una actitud positiva hacia el rechazo.
- **Atención reactiva.** - Por el contrario, si el cliente es el que requiere del producto o servicio, simplemente se da respuesta a la demanda, sin tratar de despertar necesidad alguna en el cliente.
- **Atención directa.** - Se da cuando el cliente es la persona que expresa la necesidad y se acerca a adquirirla, se da una atención directa sin intermediarios concentrando únicamente en esa persona.
- **Atención indirecta.** - Cuando la persona que hace la demanda no es la que toma la decisión final en la adquisición del producto o servicio. Se debe identificar todos los roles para satisfacer las necesidades de todos los que intervienen en la transacción.

1.5.2. El cliente

(Prieto Herrera, 2010, pág. 31). “El cliente, llamado en algunos casos usuarios, beneficiario, paciente, asociado, afiliado, etcétera, “es toda persona que busca productos y/o servicios para satisfacer totalmente sus necesidades, expectativas, deseos, apetencias”.

El cliente es una de las personas más importante que tiene la institución porque es el implicado directo para que la empresa desarrolle todas sus actividades en las funciones correspondientes, ofreciendo un servicio de calidad y excelencia; el cliente es la persona que recibe el producto o servicio con el propósito de obtener una buena atención por parte del

funcionario satisfaciendo a cabalidad cualquier duda, inquietud o necesidad que tenga el cliente.

1.5.3. Clasificación de los clientes

(Prieto Herrera, 2010, pág. 31). “La gente examina la atención que brindan las empresas, es donde tiene importancia el servicio. Los clientes no buscan el producto como tal, que debe tener calidad para estar en el mercado sino los beneficios que encuentra a través de él”.

Dentro de una institución existen dos tipos de clientes:

- **Cliente interno:** El que pertenece a la organización adquiriendo el producto o servicio al interior de la empresa, que de igual forma requiere la prestación de servicios que la empresa ofrece.
- **Cliente externo:** Son todas las personas que no pertenecen a la organización a quienes la atención va dirigida ofreciéndoles un producto o servicio. La obligación de la institución u organización es satisfacer las necesidades que cada uno de ellos tenga dando un servicio de calidad y excelencia, basado en la eficiencia y eficacia.

(Prieto Herrera, 2010, pág. 32). “Los clientes internos y externos son piezas fundamentales para la institución porque buscan una relación de mutua confianza con la empresa, prevaleciendo las relaciones de beneficio reciproco trabajando conjuntamente por un bien común que es alcanzar las metas de la institución”.

El cliente interno es quién debe tener conocimiento en técnicas de venta, principios de psicología, cultura general y específica, según el sector de la economía donde se encuentre la empresa; debe poseer fundamentos de atención y servicio al cliente y habilidades de comunicación; además debe tener un conocimiento amplio de lo que la empresa ofrece (producto o servicio), también es importante tener valores y principios, madurez, buenas

relaciones interpersonales, lealtad con la empresa, respeto hacia los demás, alto nivel de autoestima.

El cliente externo es el que tiene la potestad de decidir que negocios permanecen o desaparecen porque es la pieza fundamental para el funcionamiento de las instituciones, sus preferencias se quedan donde encuentra un buen servicio y un excelente trato basado en calidad y excelencia, su lealtad depende de las experiencias que tenga con la institución y compra lo que el producto o servicio significa para él.

1.5.4. Perfil de los clientes

(Ferrari, 2018). El perfil del cliente descripción de las características geográficas y demográficas que buscan en un usuario ideal que permite una identificación categórica a la hora de enfocar los esfuerzos de mercadeo y con ello impulsar las ventas de manera eficiente.

Podemos dividirlos en grupos, sectores o incluso por afinidades, porque cada persona piensa y actúa diferente, todos somos únicos e irrepetibles. un perfil de cliente es una descripción específica sobre el tipo de persona a quienes busca vender una empresa.

- **El autosuficiente.** - Este tipo de cliente es aquel que cree conocer todas las respuestas tiende a mostrar un aire de superioridad, presenta deseos de discutir; respondiendo con un tono sarcástico y agresivo, estando siempre descontento e insatisfecho. La mejor actitud del vendedor es dejar que él hable, haciéndole preguntas y será el mismo quien de la solución.
- **El distraído.** - Son clientes que parecen ausentes que vagan por el establecimiento como si no supieran lo que están haciendo lo más adecuado en estos casos es actuar rápidamente y brindarles un único argumento para no confundirlos.
- **El reservado.** - Son cliente que necesitan mucho tiempo para tomar una decisión el perfil responde a una persona muy desconfiada y tímida evitando comentar del producto o

servicio, pero mientras suelen reflexionar acerca de él en silencio. Lo más conveniente es seguir su ritmo y no presionarlo en la decisión.

- **El hablador.** - Este tipo de cliente solo mira y no pone objeciones en las ventas porque es alguien desinteresado que no quiere comprar. Es adecuado atenderles con simpatía, pero sin distracción no intentar descubrir si comprará o no.
- **El indeciso.** - Son incapaces de decidir por sí mismo para ellos tomar decisiones nunca es fácil les cuesta hacerlo. Por ello es recomendable ser muy rápido tanto en gestos como en palabras mostrándole una gama de productos o servicios limitada para evitar la saturación del cliente y no generarle dudas.

1.5.5. Necesidades del cliente

(Jiménez, 2017). Conocer que quieren los clientes es una condición necesaria pero no suficiente para ganar en los mercados actuales. Trata de conocer estas necesidades, pero también de estar en capacidad de entregar un producto, servicio que satisfaga de manera eficiente.

Es importante tener claro lo que el cliente necesita al momento de adquirir un producto o servicio no solo se quiere que el servicio brindado sea de calidad sino también hacer que el cliente se sienta bien, proporcionándole un lugar adecuado, cómodo y tranquilo que sea de su agrado en el momento de su estadía en la institución de igual manera conocer y despejar completamente las inquietudes, quejas y reclamos que tenga, dejando claro el objetivo de la empresa y sobre todo su propósito que es satisfacer específicamente sus necesidades.

1.5.6. Calidad en la atención al cliente

(Maniviesa, 2018). Calidad se define en función la percepción que el cliente tiene acerca del producto o servicio que brindan las instituciones, dicha percepción se da en función a las expectativas que pueda crear, aquello que espera sobre dicho producto o servicio.

Al instante que un cliente obtiene un producto o servicio y se percata que es de buena calidad no se centra en hacer un análisis del producto o servicio simplemente lo adquiere, indefinidamente es esto lo que buscan las instituciones públicas enfocarse especialmente en las necesidades y satisfacción del cliente no solo ofreciéndole lo que necesita sino dándole más de lo que esperaba de esta forma mejorar la calidad y cumplir las metas de la misma.

(Maniviesa, 2018). La atención debe ser eficiente y rápida y que se faciliten soluciones, no que se planteen problemas. Otro factor a tener en cuenta es que el cliente consiga la información que necesita para comprar el producto o servicio.

Son diferentes actividades que el personal realiza con el objetivo de satisfacer las necesidades e inquietudes de los clientes basado en brindar un servicio de calidad con el fin de satisfacer las necesidades de un determinado grupo de personas. Mostrar excelencia y calidad en el servicio brindado no es responsabilidad del departamento de atención al cliente sino de toda la institución conjuntamente materializándose en todos los puntos clave correspondientes en la atención al cliente, en el contacto directamente entre el cliente y la institución.

Los principios fundamentales para cumplir las expectativas del cliente en cuanto a una atención de calidad, se considera:

- Ofrecer una atención inmediata.
- Comprender lo que el cliente quiere o necesita.
- Brindar una atención completa y exclusiva.
- Ser amable y cortés.
- Expresión de interés con el cliente.
- Receptividad a preguntas.
- Prontitud en las respuestas.
- Eficiencia y eficacia al brindar un servicio.

- Explicación de procesos y procedimientos q debe seguir el cliente.
- Atención a los reclamos, buscando su pronta solución teniendo en cuenta la satisfacción del cliente.
- Aceptar los errores que cometa la institución si los hubiese.

1.5.7. Beneficios de una buena atención al cliente

(Rodríguez, 2017). La atención al cliente es realizada por cada persona que trabaja en una empresa de diferentes áreas, teniendo la oportunidad de lograr la satisfacción en sus clientes, la cual está vinculada a la mayor o menor capacidad de las empresas para generar rentabilidad y calidad.

Si la institución ofrece un producto o servicio de calidad, genera una ventaja competitiva a perseguir por las demás; y por ende los siguientes beneficios:

- Mayor lealtad y confianza de sus clientes.
- Mayor cantidad de clientes.
- Mejor imagen y reputación de la institución.
- Mejor clima laboral interno, al no tener presión por algún problema o queja del cliente.
- Mejores relaciones internas del personal.
- Posicionamiento frente a la competencia.
- Menos quejas del personal, alta productividad.
- Mejora la imagen de la empresa.

1.5.8. Imagen personal y profesional

(Gerrero, 2015). El mundo contemporáneo exige a los ejecutivos ser más competitivos y proyecten una imagen que genere fiabilidad y seguridad, se ha consagrado en un instrumento sustancial a la hora de promover la confianza y generar autoridad, liderazgo y poder.

La imagen en las instituciones es muy importante la forma de vestir es una de las piezas que conforma la carta de presentación de los profesionales proyectando su personalidad a través

de la imagen que ofrecen al exterior, seguido de una excelente formación profesional que genere seguridad y confianza para los demás. La imagen personal y profesional debe centrarse en un mensaje asertivo para lograr el éxito y la productividad en la institución.

1.6. Relaciones internas

Las relaciones internas en el ámbito laboral están ligadas a las relaciones personales e interpersonales dentro de la institución la relación entre el empresario y el empleado; que proporcionen un clima laboral conveniente apoyándose en valores como: el respeto, la responsabilidad, la puntualidad, la confianza, la disciplina, la equidad; los cuales tienen que ser pilares fundamentales dentro de la institución para mantener la armonía y la organización en las relaciones laborales de este modo desempeñar las funciones con mayor productividad elevando el progreso de la institución.

(Alles , 2015, pág. 21). “La disciplina de Recursos Humanos se despliega en el ámbito de las instituciones. El término “instituciones” define el conjunto de personas de una entidad autónoma con capacidad para fijar sus propias reglas, dentro de un marco legal, con un propósito determinado”.

Los recursos humanos son muy importantes en una institución, porque se encarga de la selección y contratación del personal que debe cumplir un perfil profesional establecido por la institución para lograr cumplir sus objetivos ayudando que la empresa se desarrolle correctamente en sus actividades diarias. Trabajando en conjunto con el objetivo que todo funcione de forma correcta y eficiente.

(Alles, 2015, pág. 32). “Los encargados de recursos humanos deben cumplir varias funciones en el trabajo que desempeñe, por el hecho de ser “profesionales” del área deberán asumir roles específicos y establecidos, para cumplir con el objetivo esperado en el contexto actual”.

1.6.1. Relaciones humana

(Relaciones humanas, 2019). Las relaciones humanas son las enderezadas a crear y mantener entre los individuos relaciones cordiales, vínculos amistosos, basados en ciertas reglas aceptadas por todos fundamentalmente en el reconocimiento y respeto de la personalidad humana.

El individuo es considerado un ser social por naturaleza porque para poder satisfacer sus necesidades materiales y morales debe vivir inmerso en una sociedad. El bienestar de los seres humanos depende de la manera de establecer sus relaciones personales e interpersonales frente a un grupo de personas para poder convivir en armonía existe la obligación de buscar los medios idóneos para poder lograrlo.

1.6.2. Las relaciones humanas laborales

(De La Torre, 1998). Las relaciones humanas se han constituido en un movimiento contemporáneo para sensibilizar las relaciones entre los hombres, especialmente las que se dan en el ambiente laboral.

En la actualidad lo que tiene que ver con la administración moderna, relaciones internas personales e interpersonales en el trabajo se debe recurrir a las relaciones humanas como un elemento que impulsa al hombre a aumentar la productividad en cada una de las funciones que desempeñe en su trabajo.

Cabe recalcar que hoy en día se considera la vida social de una persona, su familia y su intimidad, una parte; y otra el ámbito laboral que desempeñe en una institución, el objetivo es lograr conjuntar esos dos ámbitos (social y laboral), proporcionando al personal la gran factibilidad de alcanzar sus metas y las institucionales mejorando la productividad, las relaciones personales e interpersonales en el trabajo, así como su posicionamiento económico.

(Dessler, 2009, pág. 8). “En la actualidad se presentan cambios exigen que los gerentes de recursos humanos jueguen un papel importante en la administración de las empresas. Esos cambios abarcan la globalización, así como las modificaciones en la naturaleza del trabajo y la tecnología”.

El desarrollo profesional de una empresa o institución se ha vuelto cada vez más competitivo por lo que requiere de personal altamente calificado que cuente con un perfil profesional acorde a la función que desempeñe y de esta forma aportar a la empresa una alta oportunidad de permanecer en el mercado promoviendo la eficiencia y eficacia de la misma en el desarrollo profesional y competitivo que demanda. Acoplándose fácilmente a los cambios que pueda tener.

1.6.3. Principios generales de las relaciones laborales

(De La Torre F. , 1998, pág. 46). “Los principales principios generales de las relaciones laborales, para un eficiente desempeño en la empresa”.

Son los siguientes:

- Respetar la ideología de los integrantes del grupo.
- Proyectar una imagen de confianza hacia un grupo y depositar la confianza en sus miembros.
- Evitar la crítica hacia los miembros del grupo y tratar de elogiar los aciertos de cada uno de ellos.
- Dar un buen ejemplo, en vez de criticar constantemente las acciones de los demás.
- Tener tacto para dar y acatar órdenes, y propiciar la cooperación de los integrantes del grupo.
- Manifestar interés hacia los demás, tener en cuenta sus intereses, gustos y aptitudes personales.

- Evitar saltar jerarquías cuando deba recurrirse a uno o varios jefes para solucionar algún problema.
- Hacer partícipes a los miembros del grupo cuando se tenga que tomar resoluciones importantes que impliquen intereses comunes.
- En el caso de un jefe que ante determinada situación tiene que actuar de cierta forma, es conveniente que dé a los miembros del grupo una explicación de lo que se hará y el motivo por el cual actuará de tal manera.
- Evitar participar en las discusiones, especialmente si se preside la junta; es preferible tratar de conservar una posición neutral, y registrar imparcialmente las decisiones del participante.

1.6.4. Comunicación interna y externa

(Sánchez Estella , Herrero Domingo, & Hortiguera Valdeante, 2013, pág. 16). “La comunicación interna se produce dentro de la empresa entre las personas que integran la organización, ya sean empleados o directivos. Cuando es eficaz favorece el trabajo en equipo contribuyendo al logro de los objetivos estratégicos de la empresa”.

La comunicación en una institución es un factor de mucha importancia porque esta regula y organiza las relaciones internas entre directivos y trabajadores, es necesario tener valores como: el respeto, la cortesía y amabilidad, de esta forma percibir un ambiente de armonía y tranquilidad en el ámbito laboral promoviendo en si sus relaciones y fortaleciendo la convivencia en conjunto para el desarrollo de sus actividades diarias, permitiendo que los propósitos de la empresa concluyan.

(Sánchez Estella, Herrero Domingo, & Hortiguera Valdeante, 2013, pág. 16). “La comunicación externa es la que se da con el exterior formada por el conjunto de mensajes

emitidos por la empresa hacia sus diferentes públicos externos (clientes, proveedores, administraciones, competidores)”.

Es fundamental ganarse la atención y preferencia de los clientes mediante una excelente comunicación perdurando normas de cortesía en su comportamiento, teniendo en cuenta que el cliente siempre será pilar principal de una institución por lo que se debe considerar algunas normas básicas: tratar a los demás como quisieras que te traten a ti, ser (gentil, amable y cortés), agradecer al hablar, saber escuchar, ser puntual, sonreír, tratar de responder siempre con un sí, entre otras. De esta forma facilitar las relaciones mejorando la comunicación con la sociedad. Cuando los empleados se comunican de forma eficaz mejoran sus relaciones laborales y transmiten una imagen positiva hacia fuera.

1.6.5. Tipos de comunicación

(Priego, 2018). Las personas se comunican entre sí de varias maneras que dependerá del mensaje y su contexto en el que se envía. La elección del canal de comunicación y su estilo de comunicación también afectan la comunicación.

La comunicación es uno de los procesos más importantes y complejos dentro de la institución que se lleva a cabo mediante la relación entre compañeros de trabajo. Por ello es importante tomar conciencia y asumir el control de lo que se comunica para ser eficientes y obtener el máximo de las personas y las situaciones que ocurren al interior de la institución. Existen dos tipos de comunicación la verbal y no verbal.

1.6.5.1. Comunicación verbal

(Priego, 2018). La comunicación verbal se refiere a la forma de comunicación en la cual el mensaje se transmite verbalmente; la comunicación se hace de boca en boca y una escritura. El objetivo de cada comunicación es hacer que las personas entiendan lo que se está tratando de transmitir.

Cuando hablamos con otros, asumimos que otros entienden lo que estamos diciendo porque sabemos lo que estamos diciendo, pero en realidad no sucede así. Por lo general, las personas aportan su propia actitud, percepción, emociones y pensamientos sobre el tema y, por lo tanto, crean una barrera para comprender el significado correcto. La comunicación verbal está compuesta por la comunicación oral y escrita.

En la comunicación oral es donde se utiliza palabras habladas. Incluye conversaciones cara a cara, discursos, conversaciones telefónicas, video, radio, televisión y por internet. La comunicación oral es influenciada por el tono, el volumen, la velocidad y la claridad del habla.

En la comunicación escrita se usa signos o símbolos escritos para comunicarse. Un mensaje escrito puede ser impreso o escrito a mano. La comunicación escrita el mensaje se puede transmitir por correo electrónico, carta, informe, nota, etc. El mensaje está influenciado por el vocabulario y la gramática utilizada, el estilo de escritura, la precisión y la claridad del lenguaje utilizado.

1.6.5.2. Comunicación no verbal

(Priego, Tipos de comunicación, 2018). La comunicación no verbal es el envío o recepción de mensajes sin palabras, que no sea oral ni escrita, como el gesto, el lenguaje corporal, la postura, el tono de voz o las expresiones faciales, se denomina comunicación no verbal.

La comunicación no verbal tiene que ver con el lenguaje corporal del hablante. Aquí ayuda al receptor a interpretar el mensaje recibido, a menudo las señales no verbales reflejan la situación con mayor precisión que los mensajes verbales. A veces la respuesta no verbal contradice la comunicación verbal y, por lo tanto, afecta la efectividad del mensaje.

La comunicación no verbal puede llegar a ser ambigua, debido a que no siempre se puede controlar lo que se transmite con la imagen o las expresiones corporales. De la misma

manera, muchas veces estos mensajes no se interpretan de la manera correcta por el receptor. Por esta razón, la comunicación no verbal generalmente lo que busca es reforzar el mensaje que se transmite verbalmente. Así, el receptor puede hacer una mejor decodificación del mensaje.

1.7. Desempeño laboral

(Robbins & Couelter, 2013, pág. 27). “Es un proceso para determinar qué tan exitosa es una organización en el logro de actividades y objetivos laborales. En general a nivel organizacional la medición del desempeño laboral brinda una evaluación del cumplimiento de metas estratégicas a nivel individual”.

El desempeño laboral presenta la eficacia del personal que labora dentro de la empresa o institución lo que es de suma importancia y necesario para la entidad contar con personal eficiente que desempeñe sus labores correctamente mediante un proceso adecuado para desarrollarlas; de ese modo cumplir con las metas de la empresa.

El desempeño laboral es donde el individuo da a conocer su capacidad y competencias laborales que se propone alcanzar, donde debe considerar aspectos específicos como: las aptitudes, la eficiencia, calidad y productividad que demuestra al momento de desarrollar las actividades correspondientes a su cargo en un tiempo determinado. Permitiendo alcanzar los resultados que se esperan.

(Ádan Micó & González López, 2015, pág. 5). “La planificación o el conocimiento presentan el equilibrio que se necesita para emprender (características personales, conocimiento, capacidad de acción, planificación, etc.) es la clave para mantener una iniciativa con un rumbo claro y firme”.

La planificación consiste en el rendimiento que presta el trabajador en su cargo, las habilidades y conocimientos que tenga, la forma en la que realiza su trabajo, la actuación que

manifiesta, el comportamiento de disciplina y las cualidades personales que se requieran; en correspondencia con las exigencias técnicas productivas y de servicio de la empresa o institución.

(Almeida, 2004, págs. 6-7). “Las funciones del administrador son: Planeación, organización, dirección, control. El desempeño de esas 4 funciones básicas constituye el llamado proceso administrativo, por el cual se ve medido el desempeño en la realización de las funciones en una empresa o institución”.

El proceso administrativo forma más que un correcto desenvolvimiento en las actividades de la empresa se relaciona con la interacción de los empleados entre sí, resulta de mayor importancia para la empresa dentro del sistema de toma de decisiones.

La planeación está basada en la investigación del entorno, planteamiento de estrategias y programación de actividades, la organización es un conjunto de reglas, cargos, comportamientos orientados para el personal basado en la atribución de autoridad y responsabilidad, dirección se encuentra la ejecución de los planes por medio de la formación de equipos de trabajo, comunicación liderazgo y motivación del personal, control es la función que se encarga de evaluar el desarrollo y desempeño de la empresa y corregir desviaciones o discrepancias, garantizando que se realice la planeación”.

(Adán Micó & González López, 2015, pág. 27) “Lo que está claro es que todos, salvo excepciones, son seres sociales; sin embargo, no todos son seres creativos. La creatividad, la innovación y las personas que la han desarrollado han sido las responsables de la evolución humana”.

En la actualidad vivimos inmersos en una sociedad evolucionada, creativa e innovadora, por lo cual es fundamental que el personal cuente con un perfil profesional acorde al cargo que desempeñe y siga en continua preparación creando innovando y evolucionando

día a día; nuevas técnicas, procesos y procedimientos que mejoren el rendimiento de la empresa y de esta forma elevar su productividad en un futuro.

1.7.1. Ambiente de trabajo

(Silva, 2018). El ambiente de trabajo conocido como clima laboral que hace referencia a las condiciones físicas, técnicas, humanas y ambientales en las que un trabajador lleva a cabo sus funciones.

El ambiente de trabajo es de vital importancia en el desempeño laboral del personal administrativo, puesto que este debe ser seguro, cómodo y agradable; donde los empleados se sientan bien y puedan desenvolverse correctamente en sus actividades diarias.

Si se hace un análisis desde el punto de vista del trabajador, se puede decir que un buen ambiente de trabajo es aquel que reúne las condiciones necesarias para que los empleados puedan sentirse a gusto cuando realizan sus actividades laborales. Sin embargo, desde la óptica de la institución, un buen ambiente laboral es aquel donde se reúnen los elementos que aumentan la productividad de los trabajadores. El éxito de una institución está muy relacionado con la productividad de sus empleados, por este motivo es importante aplicar estrategias que estén enfocadas en el buen ambiente de trabajo dentro de la organización.

1.7.2. Como lograr un buen ambiente laboral

(Silva, 2018). Aplicar algunas estrategias sencillas suelen ayudar a mejorar el ambiente de trabajo de cualquier institución, a veces los pequeños detalles tienen mucho valor para los empleados. Por ejemplo:

- **Mantener una buena comunicación.** - Es importante mantener una comunicación fluida entre los jefes y sus subordinados para que queden claras las tareas a realizar y los objetivos

a cumplir. No es recomendable utilizar comunicados impositivos o agresivos que pongan en riesgo una buena relación laboral.

- **Evitar el favoritismo.** - Aunque en algunas ocasiones se pueda sentir más simpatía por algunos trabajadores que por otros, un jefe siempre debe ser imparcial. Todos los empleados deben ser tratados por igual y los resultados de su evaluación deben reflejar los resultados y calidad de su trabajo.
- **Ofrecer las herramientas necesarias.** - Para que el trabajo de los empleados pueda ser eficiente y productivo se le debe ofrecer todas las herramientas que necesitan, incluyendo formación, equipos y un agradable lugar de trabajo.
- **Evitar exceso de control.** - Por veces, el exceso de control paraliza la continuidad de tareas, por ejemplo, cuando se debe esperar la autorización de un superior para continuar con una tarea determinada. Además, puede generar frustración en el trabajador.
- **Ofrecer espacios agradables y servicios de calidad.** - Una buena decoración e iluminación influirá de forma positiva en la motivación y productividad del trabajador. Los tonos más cálidos transmiten energía, en cambio los colores más fríos son más relajantes. La mejor opción será hacer una combinación de tonos y decorar las paredes con imágenes y frases inspiradoras.

Un ambiente positivo en el lugar de trabajo crea una atmósfera de entusiasmo y motivación para los empleados, quienes son los encargados de mejorar el rendimiento de una organización. Lograr la satisfacción de los trabajadores a largo plazo depende no solo de un liderazgo efectivo sino del uso de estrategias específicas que apunten hacia un entorno productivo

1.7.3. Personal administrativo

(Guadalupe, 2014, pág. 14). “El administrador es el responsable de planear, organizar, dirigir y controlar las funciones administrativas son los administradores, quienes se apoyan en

diversas estrategias para lograr el correcto funcionamiento de la organización y el logro de los objetivos”.

Las personas que forman parte del personal administrativo de una institución siempre deben tener vocación por el servicio conocer la misión y visión de la misma, así como los valores que rigen a la institución, son personas con excelente presentación personal, trato cordial con la sociedad en general y siempre promoviendo el cambio positivo y el avance institucional para así lograr las metas propuestas.

Se considera obligación que el personal cuente con principios fundamentales como:

- Poseer conocimientos de la información institucional para brindar una buena atención al cliente.
- Capaz de responder a los requerimientos del cliente en forma respetuosa, oportuna, flexible y adecuada.
- Asumir sus funciones como un verdadero servicio a la comunidad.
- Demostrar compromiso permanente para hacer posible la misión institucional.
- Manifestar interés por la disposición permanente.
- Asumir los valores institucionales como elementos básicos para su crecimiento personal y comunitario.
- Cumplir sus funciones con verdadero profesionalismo.
- Mostrar prudencia, honestidad, respeto, responsabilidad, fidelidad, ética y calidad humana en sus relaciones interpersonales.

Los administradores comparten tres características generales en cualquier tipo de institución:

- **Exigencias.** - Especifican lo que debe hacerse.

- **Restricciones.** - Factores internos o externos a la institución que limitan lo que puede hacerse. Las limitaciones pueden ser en cuanto a recursos tecnológicos, legales, organizacionales o actitudinales.
- **Decisiones.** - Identifican hacerse y cómo hacerlo. las opciones para determinar lo que va a hacerse y cómo hacerlo.

1.7.4. Importancia de la administración

(Blandez Ricalde, 2014, pág. 25). “El éxito de las instituciones dependerá de la efectividad de una buena administración, ya que esta favorece la integración de equipos de trabajo y buenas relaciones humanas”.

La administración en las instituciones está basada en la adecuada utilización de los recursos materiales, tecnológicos y de las instalaciones, también indica los obstáculos a vencer y determinar soluciones para los principales problemas que se detecten. La buena administración determina los objetivos y emplea con eficiencia los recursos de acuerdo con la planeación, organización, ejecución, dirección y control.

Las principales técnicas y habilidades de los administrativos son: Reconocer el cambio, lograr el cumplimiento de objetivos, tomar decisiones y ejecutarlas, mantener sistemas de información, capacitar al personal, motivar y mostrar entusiasmo al momento de desarrollar todas las actividades al interior de la institución.

1.7.5. Formación profesional

(Casanova , 2003, pág. 11). “La formación profesional es un factor muy importante en el desempeño laboral, porque mide la efectividad del trabajo realizado dentro de la empresa. Orientada a proporcionar los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para un correcto desempeño laboral y profesional”.

En sí la formación profesional es el factor primordial que debe poseer una persona son todos aquellos estudios y aprendizajes adquiridos, debido a que esta determina la preparación que tiene para realizar el trabajo. La formación Profesional, tiene como objetivo la preparación para el desempeño cualificado de las distintas profesiones. Incluye las enseñanzas de la formación profesional inicial, las acciones de inserción y reinserción laboral de los trabajadores y las orientadas a la formación continua en las empresas.

La formación profesional son las enseñanzas cuya finalidad principal es capacitar a las personas para el desempeño de una actividad profesional. Por eso, los estudios de formación profesional están destinados a la adquisición de competencias y capacidades profesionales que permitan a las personas ejercer distintos trabajos con un alto nivel de profesionalismo al desarrollarlas.

CAPITULO II

2. METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN

2.1 Tipos de investigación

2.1.1. Descriptiva

La investigación buscó describir los problemas existentes en el GAD mediante una evaluación al personal administrativo, con la intención de saber si el personal que labora en la institución lo hace acorde a su perfil profesional.

2.1.2. De campo

Se realizó en el lugar de los hechos directamente con el objetivo de estudio, que son las oficinas del personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.

2.1.3. Documental o bibliográfica

La investigación se aplicó para la elaboración del marco teórico debido a que es de suma importancia que la información obtenida sea real y precisa, mismas que fueron consultadas de fuentes bibliográficas, libros y revistas; relacionado con la atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral del personal administrativo de la institución.

2.2 Métodos de investigación

Entre los métodos teóricos empleados para la investigación se considera los siguientes:

2.2.1. Método analítico

A través de este método se presentó el objeto de estudio partiendo de un análisis de la situación actual en la que se encuentra la institución, en relación al desarrollo de las relaciones internas y externas del personal administrativo, en lo referente a la atención al cliente y el desempeño laboral mediante encuestas y entrevistas.

2.2.2. Método inductivo

Mediante este método se presentó las causas y problemas existentes a la hora de ofrecer un buen servicio centrándose en la opinión de la sociedad al momento de adquirir información, partiendo de experiencias que tenga la institución; donde requiere de conocimientos específicos necesarios y un perfil profesional adecuado.

2.2.3. Método deductivo

Sirvió para conocer el problema tal cual se presentó en la realidad de la institución, permitiendo una visión contextual del problema y del lugar de investigación, para explicar de forma detallada el trabajo que realiza el personal administrativo y su formación profesional, también la calidad de servicio de atención que se brinda a los clientes y las relaciones internas de esta forma se identificó el impacto social que maneja la administración.

2.3. Técnicas e instrumentos

2.3.1. La encuesta

Esta técnica es muy importante porque permitió reunir datos de información relevante, provenientes de los clientes que forman parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra, con el fin de recopilar información de la calidad de servicio que reciben actualmente.

2.3.2 Cuestionario de entrevista

Mediante esta técnica se pudo conocer la opinión del personal administrativo, sobre la situación actual que se lleva dentro de la institución en lo referente al buen servicio que presta la misma y sus relaciones laborales.

2.4. Matriz de relación

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Diagnosticar la situación actual del GAD en lo referente a la atención al cliente.	Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> -Clases de atención -Clasificación de los clientes -Perfil de los clientes -Necesidades del cliente -Calidad en la atención al cliente -Beneficios de una buena atención al cliente -Imagen personal y profesional 	<ul style="list-style-type: none"> -Encuestas -Cuestionario de entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> -Los clientes -El personal administrativo
Sustentar las bases teóricas, métodos y procesos utilizados para mantener un ambiente laboral adecuado.	Relaciones internas	<ul style="list-style-type: none"> -Relaciones humanas. -Principios de las relaciones laborales. -Comunicación interna y externa. -Comunicación verbal y no verbal. 	<ul style="list-style-type: none"> -Encuestas -Cuestionario de entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> -Los clientes -El personal administrativo
Determinar el desempeño de cada funcionario en relación al trabajo que realiza.	Desempeño laboral	<ul style="list-style-type: none"> -Ambiente de trabajo. - Como lograr un buen ambiente laboral. -Importancia de la administración. -Formación profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> -Encuestas -Cuestionario de entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> -Los clientes -El personal administrativo

Fuente: Matriz de relación
Elaborado por: Celena Folleco

2.5. Población

La población que se tomó en cuenta para realizar la investigación, estará conformada por la totalidad del personal administrativo y los diferentes usuarios que forman parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.

Cientes	190
Personal administrativo	10
Total	200

Fuente: dirección de talento humano y participación ciudadana del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

2.6. Muestra

Se realizará el cálculo de la muestra de acuerdo al número de la población, tanto personal administrativo como usuarios que pertenecen al Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, como el número es significativo se procede a calcular una muestra, en base a la siguiente fórmula estadística:

2.6.1. Cálculo de la muestra

$$n = \frac{N \times P \times Q}{(N - 1) \left(\frac{E^2}{K^2} \right) + P \times Q}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra.

N= población y muestra.

P. Q= varianza de la población.

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

E= margen de error estadístico aceptado.

K= constante (su valor es 2).

$$n = \frac{N \times P \times Q}{(N - 1) \left(\frac{E^2}{K^2} \right) + P \times Q}$$
$$n = \frac{200 \times 0,25}{(200 - 1) \left(\frac{0,05^2}{2^2} \right) + 0,25}$$
$$n = \frac{50}{(199 - 1) \left(\frac{0,0025}{4} \right) + 0,25}$$
$$n = \frac{50}{(199)(0,000625) + 0,25}$$
$$n = \frac{50}{0,12437 + 0,25}$$
$$n = \frac{50}{0,37437}$$
$$n = 134$$

En función a la fórmula aplicada la muestra se realizó a 134 personas, tomado en cuenta que se aplicó la encuesta a 124 cliente y el cuestionario de entrevista a 10 funcionarios que forman parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.

CAPITULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES QUE FORMAN PARTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE IBARRA.

1. ¿El servicio público del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, demuestra calidad, eficiencia y eficacia?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Excelente	8	6%
Buena	48	39%
Regular	55	44%
Mala	13	11%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los usuarios que forman parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra consideran que el servicio que brinda la institución está entre buena y regular, porque no han sido atendidos con la rapidez que lo requieren al momento de recibir información o realizar algún trámite.

2. ¿La atención al cliente brindado por los diferentes servidores del GAD Municipal de Ibarra se considera?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Excelente	5	4%
Buena	46	37%
Regular	61	49%
Mala	12	10%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

Más de la mitad de los usuarios manifestó que la atención es regular porque cuando se acercan a la institución a recibir información de cualquier departamento no son atendidos cordialmente y no se despejan en totalidad las necesidades y dudas del cliente. Incluso no tienen el absoluto conocimiento de que función desarrollan los diferentes departamentos de la institución.

3. ¿Cree usted que el personal administrativo acorde a su perfil profesional está preparado

para desempeñar su labor?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	14	11%
No	29	24%
Talvez	81	65%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los usuarios no tienen el conocimiento necesario para determinar si las funciones que realiza cada servidor público sean las correctas y las encomendadas para cada uno, por lo cual manifestaron que puede ser que lo hagan bien como no, seguido de una cantidad que afirmó que no e indicándonos una minoría que el personal si desempeña correctamente su labor.

4. ¿La información que proporciona el personal administrativo del GAD Municipal de Ibarra es favorable y correcta?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Siempre	7	6%
A veces	109	88%
Nunca	8	6%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

La mayoría de usuarios indicaron que en muy pocas ocasiones la información es correcta, en la mayoría de casos es inconclusa y genera confusión en el cliente evitando que entienda correctamente lo que necesita o lo que desea realizar, una mínima parte manifestó que nunca ha recibido la información correcta, finalizando con una cantidad de pocos usuarios que recibieron la información correcta.

5. ¿El personal administrativo del GAD Municipal de Ibarra al momento de dar la información solicitada muestra cordialidad y amabilidad?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Siempre	13	11%
A veces	102	82%
Nunca	9	7%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

Muy pocos clientes manifestaron que al momento de recibir la información que proporciona el personal administrativo de la institución siempre son atendidos con amabilidad, mientras que la mayoría de los usuarios indicaron que a veces y una mínima parte que nunca.

6. ¿Cuándo receipta la información requerida existen buenas relaciones humanas?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Siempre	24	10%
A veces	96	78%
Nunca	4	3%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

Más de la mitad de los usuarios afirmaron que a veces existen buenas relaciones porque muchas veces cuando ellos se acercan a pedir información o realizar cualquier trámite que requieran los funcionarios no dedican absoluta concentración en el cliente y se dedican a atender otros trámites u otras necesidades en presencia de los clientes, obviando que sus necesidades en ese momento son de más importancia, la minoría expresó que siempre y una mínima parte que nunca.

7. ¿Se encuentra satisfecho con la atención al cliente que brinda el personal administrativo del GAD Municipal de Ibarra?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Siempre	9	7%
A veces	87	70%
Nunca	28	23%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

Los resultados arrojados por más de la mitad de los usuarios afirmaron que a veces estuvieron satisfechos con la atención que brindan los servidores de la institución porque en varias ocasiones no recibieron la información correcta o necesaria porque la información que necesitaban o el trámite que debían hacer no se realizó correctamente o no recibieron dicha información en el momento que lo solicitaron.

Pocos expresan que no se sienten satisfechos porque nunca han recibido la información correcta al momento de realizar un trámite no lo ha hecho en el tiempo que lo necesitan, y una mínima parte si se siente satisfecha.

8. ¿El servicio de respuesta es rápido a las necesidades y problemas que tenga el cliente por parte del personal administrativo del GAD Municipal de Ibarra?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Siempre	6	5%
A veces	56	45%
Nunca	62	50%
TOTAL	124	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

Más de la mitad de usuarios encuestados indicaron que el servicio de respuesta no es rápido porque al momento de realizar una solicitud de lo que el usuario necesita o desea realizar se demora mucho en responder o muchas veces no lo hace, la minoría expreso que el servicio de respuesta si es rápido.

3.2. CUESTIONARIO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE IBARRA.

1. ¿Qué grado de importancia le da a la atención al cliente del Gobierno Autónomo descentralizado de Ibarra?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Mucho	10	100%
Poco	0	0
Nada	0	0
TOTAL	10	100%

Fuente: Entrevista al personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

El personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra manifestó que la atención al cliente es de vital importancia dentro de la institución porque el cliente es el principal actor dentro del proceso que se realice en la misma, el servicio es directamente para el cliente.

2. ¿Considera necesario recibir capacitación constante sobre atención al cliente?

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

Fuente: Entrevista al personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

El personal administrativo manifestó que es necesario recibir capacitaciones sobre atención al cliente, porque cada día salen más actualizaciones sobre temas o nuevos métodos de mejora en la atención.

3. ¿El personal administrativo realiza su trabajo acorde a su perfil profesional?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Todos	1	10%
Casi todos	9	90%
Ninguno	0	0
TOTAL	10	100%

Fuente: Entrevista al personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

El personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, en su mayoría, admite que casi todo el personal realiza su trabajo acorde a su perfil profesional porque no todos desempeñan la función para la cual se prepararon.

4. ¿Considera necesario la creación de una Guía de atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral aplicable al Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	9	90%
No	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Entrevista al personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

El personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra considera necesario tener una Guía de atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral porque algunos trabajadores no están al tanto sobre temas de desempeño laboral. La guía permitirá mejorar la atención para cumplir con las expectativas del cliente para fortalecer las relaciones en el trabajo.

5. ¿Usted considera que dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra se maneja relaciones interpersonales adecuadas que proporcionen un ambiente laboral favorable entre los trabajadores?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	5	50%
No	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Entrevista al personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

INTERPRETACIÓN

El personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra un 50% manifestó que, si existen buenas relaciones interpersonales dentro de la institución, dependiendo el departamento, mientras que el otro 50% afirmó que no porque prima el egoísmo y la competitividad entre compañeros.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1. Título

Guía de atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral para el personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.

4.2. Justificación e importancia

La propuesta nace de la necesidad de implementar normas que ayuden a mejorar el servicio de atención. A través de las encuestas aplicadas se comprobó que en la institución no cuenta con una guía que le ayude a dar la información correcta y requerida por el cliente, entrega de documentación o realización de trámites.

Así mismo es necesario que tengan buenas relaciones internas que mejoren el desempeño laboral de la institución, por eso conveniente la implementación de nuevas técnicas, métodos, pasos o procedimientos a seguir que mejoren las relaciones entre funcionarios y la relación directa con los clientes.

Estos antecedentes promueven a la realización de la presente propuesta que tiene como finalidad la elaboración de una guía de atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral para el personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra. Donde el objetivo principal es mejorar el servicio que brinda la institución proporcionando un ambiente laboral adecuado mediante las relaciones interpersonales entre compañeros de trabajo mejorando su desempeño específicamente aquellas personas que tienen estrecha relación.

4.3. Objetivos

4.3.1. Objetivo General

Elaborar una Guía de atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral para el personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.

4.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las principales necesidades e inquietudes de los clientes para mejorar el servicio de atención.
- Determinar las normas de atención al cliente y describir el proceso de atención que brinda el personal administrativo.
- Implementar nuevas normas para mejorar las relaciones internas en el gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.
- Mantener buenas actitudes para propender un ambiente laboral adecuado y brindar un buen servicio.

4.4. Ubicación sectorial

La propuesta investigativa se realizó en las diferentes instalaciones del Gobierno autónomo Descentralizado de Ibarra, que se encuentra ubicado en la ciudad de Ibarra (calle García Moreno 6-31 y Simón Bolívar Esquina).



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra
Elaborado por: Celena Folleco



Fuente: dirección Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.
Elaborado por: Celena Folleco

4.5. Desarrollo de la propuesta



GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y RELACIONES INTERNAS EN EL DESEMPEÑO LABORAL PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE IBARRA.



Fuente: Atención al cliente
Elaborado por: Celena Folleco

Autora: Celena Maricela Folleco Espinoza

INTRODUCCIÓN

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra es una institución pública encargada de brindar orden, infraestructura, servicios públicos, movilidad, vivienda y gestionar riesgos en la capital de la provincia de Imbabura, los cuales son ejecutados con el trato y la comunicación que brinden los funcionarios de la institución. Una buena atención al cliente es el factor fundamental para el crecimiento laboral porque el cliente es quién exige ser escuchado, comprendido y que se cumplan sus necesidades, es posible lograrlo brindando una atención de calidad, eficiencia y eficacia con la finalidad de cumplir y superar las exigencias y expectativas del cliente.

El propósito de la guía es brindar una atención de calidad y proporcionar relaciones interpersonales adecuadas que mejoren el ambiente laboral y la relación con el cliente dentro de la institución, lo cual se basa en diferentes pasos, métodos, requerimientos y procesos de como brindar un buen servicio y relaciones internas que mejoren el desempeño laboral.

La presente guía servirá como instructivo para el personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra que es un documento de fácil comprensión y en la medida que el personal administrativo de la institución se identifique con su contenido se convertirá en un verdadero instrumento de gerencia permanente que facilitara el cumplimiento de la misión, visión, y valores de la institución. Dirigida específicamente para el cliente con el fin que el trabajo realizado contribuya a la máxima satisfacción de la ciudadanía.

MISIÓN

Somos un gobierno municipal que, a través de una administración eficiente, fomenta el desarrollo integral del cantón, brindando servicios de calidad enmarcados en valores, principios y normativas, para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes.

VISIÓN

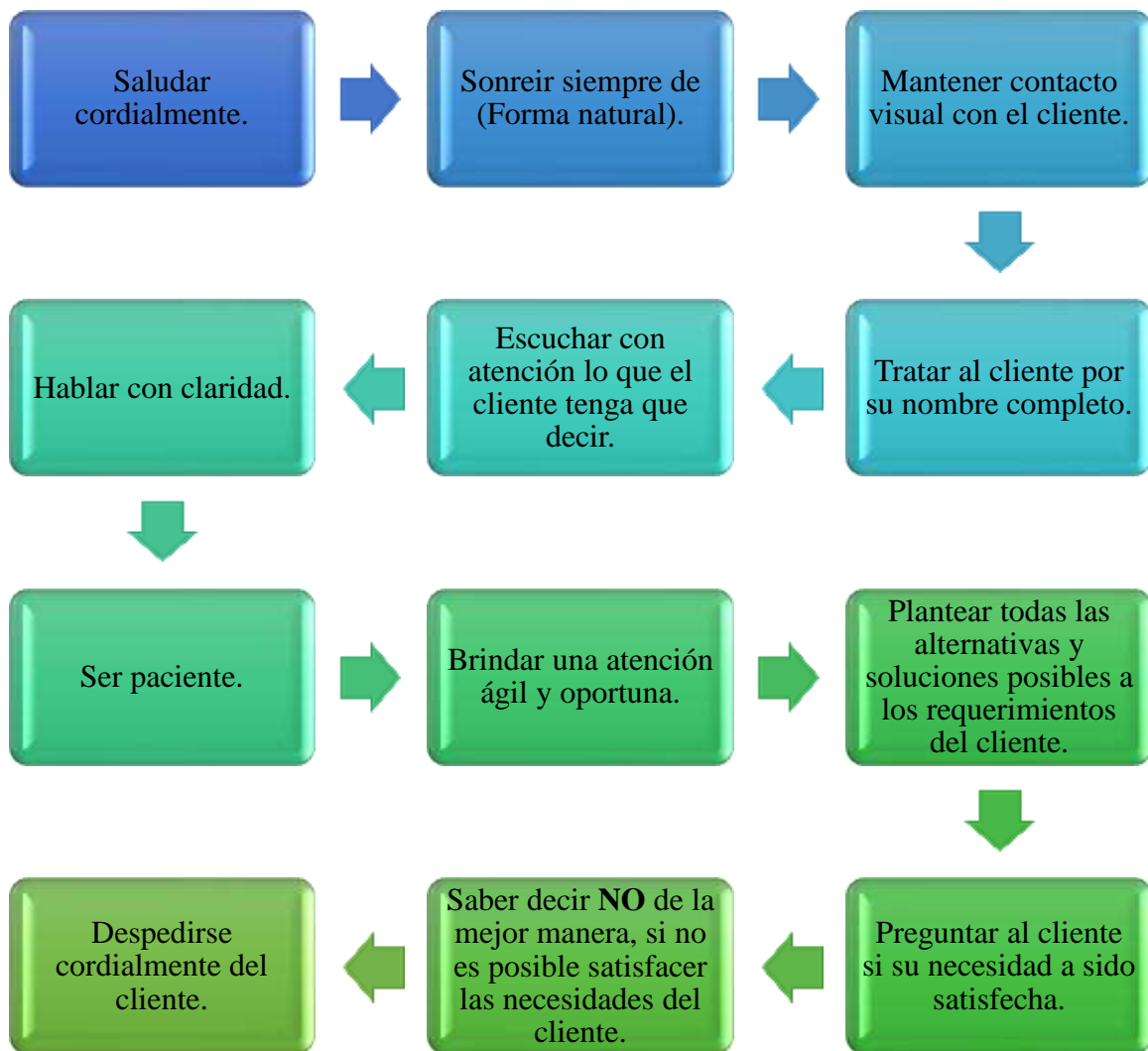
Ser un gobierno incluyente, reconocido por la ciudadanía por brindar servicios públicos de calidad, cumplimiento con los principios de gobernabilidad, para alcanzar un desarrollo ordenado, económico, social, turístico y seguro. Posicionando al cantón Ibarra en el año 2019 como referente nacional e internacional.

VALORES

Honestidad, respeto, justicia, protección al medio ambiente, responsabilidad social, trabajo en equipo, perseverancia, lealtad, ética y liderazgo.

PROTOCOLO DE SERVICIOS

El personal administrativo de la institución debe tener en cuenta que existen protocolos no solo para eventos o reuniones sino también para atender a un cliente, que se los debe poner en práctica diariamente. Se detallan los más importantes:



Fuente: Protocolo de servicios para el personal administrativo
Elaborado por: Celena Folleco

UNIDAD # 1

PASOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE IBARRA

El cliente es la persona más importante dentro de una institución convirtiéndose en la razón de ser de la misma, la atención al cliente no solo es un requerimiento fundamental con el cual deben contar todas las instituciones, organizaciones y entidades, sino una necesidad humana que debe fortalecerse a través de la formación y entrenamiento constante, proyectándose a ser una cultura en el servicio donde se constituya un equipo humano comprometido con la mejora continua en la atención al cliente.



Fuente: La atención al cliente del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra
Elaborado por: Celena Folleco

PASO N° 1

IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

OBJETIVO: Identificar las necesidades e inquietudes del cliente es muy importante donde tienen que contar con un trato acorde a los servicios que brindan fomentando su seguridad y credibilidad.

DESARROLLO

- Brindar información comprensible y completa sobre los servicios, para que el cliente reciba una buena atención y pueda tomar la decisión correcta.
- Tener la disposición de crear un ambiente agradable al momento de atender al cliente.
- Es aconsejable presentarse y llamar por el nombre al cliente.
- Al momento de atender al cliente que el proceso sea fácil y ágil.
- Al momento que el cliente consiga el servicio, hacer entrega inmediata sin retrasos.
- Mostrar una actitud positiva siempre sonriendo cuidando el tono de voz en todo momento.



Fuente: Brindar información comprensible e inmediata.
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Para lograr esta reacción en el cliente es necesario que el personal se encuentre totalmente capacitado y sobretodo disponible que despeje a cabalidad las dudas y los requerimientos del cliente, reforzando los ámbitos que demuestren falencias.

PASO N° 2 PERFIL DE LOS CLIENTES

OBJETIVO: Determinar la personalidad de cada cliente quienes tienen relación directa con los mismos, deben conocer lo que él desea mostrando una actitud positiva frente a cualquier circunstancia.

DESARROLLO

Es importante tener claro lo que el cliente necesita al momento de adquirir un producto o servicio, no solo se quiere que el servicio brindado sea de calidad sino también hacer que el cliente se sienta bien, proporcionándole un lugar adecuado, cómodo y tranquilo; que sea de su agrado en el momento de su estadía en la institución.

Para lograr brindar una excelente atención, es importante dedicar un tiempo y esfuerzos para definir el perfil de cliente o consumidor ideal para nuestros productos o servicios.

Existen diferentes formas para categorizar o clasificar a los consumidores, esto se puede lograr mediante la identificación de sus atributos o rasgos, preferencias o estilos de vida.

CONCLUSIÓN: Atender y satisfacer las necesidades e inquietudes de cada tipo de cliente poniéndose en su lugar mostrando compromiso con la institución, promoviendo la productividad de la misma.

EL CLIENTE AUTOSUFICIENTE

Características cliente

- * Cree conocer todas las respuestas.
comprensible.
- * Provoca discusión. Exige mucha atención.
- * Desconfía de las soluciones que se le ofrece.

Consejos para tratar a este tipo de

- * Mantener una actitud atenta y
- * Evitar cometer errores y retrasos.
- * Mostrar seguridad, evitar discusiones.



Fuente: Cliente autosuficiente
Elaborado por: Celena Folleco

EL CLIENTE DISTRAÍDO

Características

- * Son clientes que parecen ausentes.
- * No saben con certeza lo que quieren.
confundirlos.

Consejos para tratar a este tipo de cliente

- * Se debe actuar rápidamente.
- * Brindarles un único argumento no



Fuente: Cliente distraído.
Elaborado por: Celena Folleco

EL CLIENTE RESERVADO

Características

- * Necesitan mucho tiempo para decidirse.
- * Son muy desconfiados.
- * No reflexionan.

Consejos para tratar a este tipo de cliente

- * No presionarlos
- * Proporcionar información completa
- * Cumplir con los requerimientos acordados



Fuente: Cliente reservado
Elaborado por: Celena Folleco

EL CLIENTE HABLADOR

Características

- * Observador, amistoso, sonriente.
- * Pone objeciones sobre el servicio.
- * Muestra seguridad, aprende rápido.

Consejos para tratar a este tipo de cliente

- * Atenderlos con simpatía.
- * Enfocarse en la necesidad del cliente.
- * Mantener límites de respeto.



Fuente: Cliente hablador
Elaborado por: Celena Folleco

EL CLIENTE INDECISO

Características cliente

- *Son inseguros, les cuesta decidirse.
- *Bastante tímidos
- *Trata de reflexionar o pide opinión.
- *Responde con evasivas.
- *Teme plantear su petición o problema.

Consejos para tratar a este tipo de

- * Son inseguros, les cuesta decidirse.
- * Ser rápidos, claros y precisos al dar información.
- * Proporcionarle seguridad.
- * Preguntar si su necesidad fue satisfecha.



Fuente: Cliente indeciso
Elaborado por: Celena Folleco

Los seres humanos tienen diferente personalidad y es así como se caracteriza una tipología en función del cliente que recibe el producto o servicio, donde la persona que está tratando con el cliente es el encargado de sobrellevar los diferentes aspectos que se presentan en cada uno de ellos. Los clientes son la parte más importante de la empresa, vienen a ser la razón de ser de la institución.

PASO N° 3 EL LENGUAJE NO VERBAL

OBJETIVO: Controlar las emociones al momento de atender al cliente porque muestra la reacción de cómo se comunican y puede contradecir las palabras, en ese caso el lenguaje no verbal prevalece sobre el verbal y anula lo que hemos dicho.

DESARROLLO

Los mejores consejos para controlar las emociones se detallan de la siguiente manera:

- Evitar discutir con el cliente.
- Disculparse si ofendió al cliente.
- Superar la tensión de las personas que requieren el servicio.
- Poner fin a la agresividad, si tiene clientes difíciles.
- Utilizar gestos con naturalidad.
- Utilizar un lenguaje adecuado



Fuente: Adecuada posición corporal en al área de trabajo
Elaborado por: Celena Follecoç

CONCLUSIÓN: La comunicación no verbal adquiere importancia porque las palabras tienen limitaciones es difícil explicar la forma de algo o dar direcciones sin utilizar gestos.

PASO N° 4

CLIENTES QUE PRESENTAN QUEJAS Y RECLAMOS

OBJETIVO: Gestionar bien las quejas es la mejor manera de fidelizar clientes porque transmite una imagen de institución interesada en la atención y servicio al cliente.

DESARROLLO

- Controlar y apartar a los clientes que muestran quejas de los demás.
- Proyecte importancia y agradezca al cliente por la queja planteada.
- No permitir que la actitud del cliente se salga de control.
- Hágale saber al cliente que puede quejarse las veces que considere conveniente.
- No deje que trascienda la queja



Fuente: Despejar las dudas e inquietudes del cliente que presenta quejas
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Una queja es un regalo una oportunidad para mejorar y conocer la opinión del cliente del servicio que brindan, es una oportunidad para afianzar la relación con el cliente que se sentirá atendido, escuchado, y como parte valiosa que aporta información de mejora a la institución.

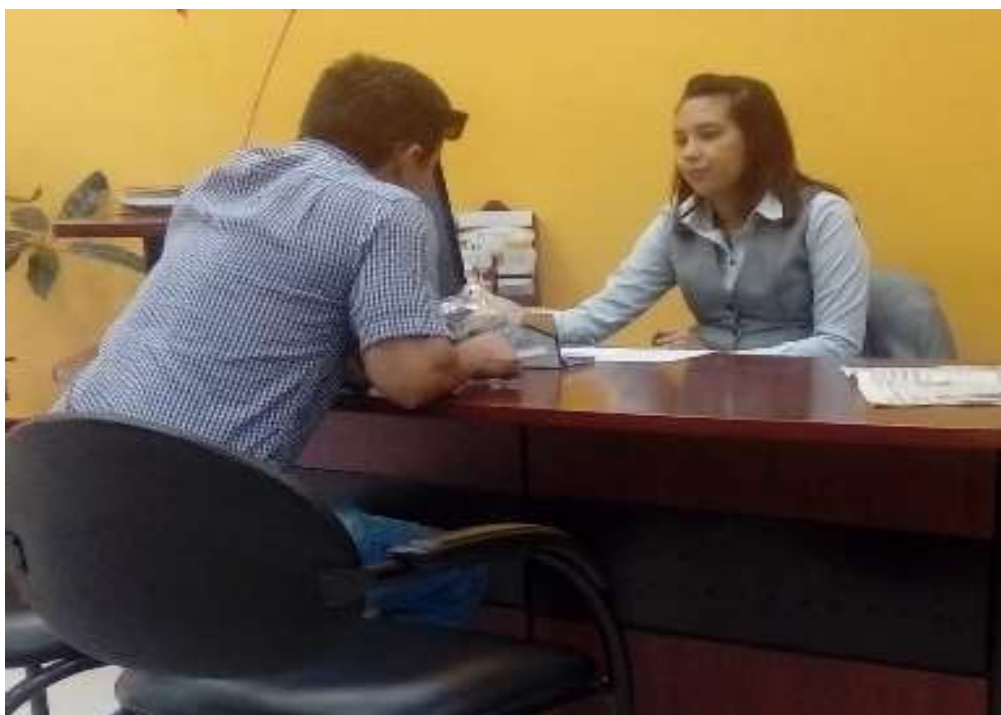
PASO N° 5

CAPTAR LA ATENCIÓN DEL CLIENTE

OBJETIVO: Atraer su tiempo y atención demostrando su credibilidad al momento de ofrecerle un producto o servicio.

DESARROLLO

- Ser cortés y amable con el cliente.
- Agradecer su visita a la institución.
- Resaltar novedad y exclusividad.
- Alagar y descubrir las necesidades del cliente.
- Presentar información clara e importante.
- Atraer la atención presentando hechos que sean demostrados.
- Demostrar credibilidad y la solución inmediata de sus requerimientos.



Fuente: Captar la atención del cliente presentando a detalle lo solicitado
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: La prioridad del personal es demostrar su credibilidad, es decir, transmitir una impresión favorable al cliente sobre su confiabilidad, credibilidad y competencia.

PASO N ° 6 SORPRENDER AL CLIENTE

OBJETIVO: Mantener satisfecho al cliente cumpliendo con sus requerimientos y expectativas a la hora de atender realizando algo especial para lograr sorprenderlos.

DESARROLLO

Lo primero que se debe hacer para mantener satisfecho a un cliente es cumplir y superar sus expectativas mediante la realización de actividades positivas e inesperadas.

- Proporcionar información clara, completa, detallada y una actitud positiva.
- Personalización en la atención.
- Anticiparse a sus necesidades.
- Mostrar singularidad en el servicio brindado.
- Poder de convencimiento.
- Generar confianza con el cliente.



Fuente: Despejar completamente las dudas que presente el cliente
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Sorprender al cliente brindándole una atención de calidad logra que la institución se gane la confianza y fidelidad de sus clientes.

PASO N° 7 ATENCIÓN TELEFÓNICA

OBJETIVO: Brindar una atención inmediata despejando todas las dudas, problemas e inquietudes del cliente en su totalidad, proporcionar una solución rápida a lo manifestado por el cliente.

DESARROLLO

Cuando se establezca comunicación por medio de teléfono se debe cuidar el tono de voz porque de esto dependerá que el mensaje llegue tanto de forma positiva como negativa, y esto a su vez reflejará interés o desinterés hacia la persona que recibe la llamada

- Contestar el teléfono lo más antes posible.
- Saludar atentamente.
- Hablar con nitidez, buena articulación y vocalización.
- Al iniciar la conversación, invitar al cliente a que describa su necesidad y que espera que suministre la institución.
- Proporcionar al cliente una atención completa y exclusiva, en el tiempo del contacto telefónico, (evitar interrupciones y dejarlo en espera)
- Dar seguimiento a la solicitud de la llamada, hasta que se dé respuesta al cliente.

Cuando se conteste una llamada hay que realizar lo siguiente:

- Decir el nombre de la Institución, empresa u organización en la cual trabaja.
- Presentarse con su nombre para que la otra persona esté consiente con quién está hablando.
- No dejar en la línea esperando a la otra persona.
- Brindarle la información lo más rápido posible.
- No es recomendable pasar horas en el teléfono, es mejor ser claros y precisos con la información solicitada.

- Despedirse de forma cortés y agradecer al cliente por su llamada.



Fuente: Atención por teléfono
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Brindar una atención rápida y solución de los problemas genera satisfacción, confianza y fidelidad de los clientes. Todos en algún momento llegan a ser usuarios de algún servicio por vía telefónica, se debe recordar que no hay nada mejor que la empatía, no hay que hacerle esperar tanto tiempo en la línea al cliente que requiere de su atención es más favorable brindarle lo que solicita de forma eficiente porque lo que se espera es buen servicio.

PASO N° 8

CLIENTES CON DISCAPACIDAD Y TERCERA EDAD

OBJETIVO: Identificar las necesidades y expectativas que deben ser atendidas con algunas prioridades (discapacidad, tercera edad), porque dichos clientes necesitan de más ayuda o atención para realizar determinado trámite o consulta.

DESARROLLO

- Dirigirse a ellos con normalidad.
- Ser paciente, mostrarse comprensivo ayuda a que sientan confianza.
- Hablar directamente con la persona con discapacidad no a su acompañante.
- Evitar reflejar lástima, pena, menosprecio, desagrado o de alguna forma que los haga sentir diferentes e incómodos.



Fuente: Atención al adulto mayor
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Es verdad que la calidad del servicio debe ser uniforme para todas las personas que lo demanden; sin embargo, el adulto mayor y las personas con discapacidad si deben recibir un trato preferencial, es por ello que deben ser tratados con mayor atención y recibir la prioridad necesaria con equidad y sin prejuicios.

PASO N° 9

IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL

OBJETIVO: Proyectar una atención al cliente mediante el cuidado de la imagen personal es de suma importancia porque implica el conocimiento y perfeccionamiento del aspecto exterior a través del porte, la vestimenta, el habla y las mejores formas para interactuar con el cliente.

DESARROLLO

- La imagen personal es el conjunto de cualidades que transmiten la imagen externa, expresión, actitud y aptitud, generando seguridad, seriedad, cercanía.
- Imagen profesional es incentivar la calidad personal de todos los funcionarios dentro del ámbito laboral.
- Comportamiento establecer reglas de protocolo en el entorno laboral.
- Mantener una buena actitud frente a los demás, ligada a los buenos modales.



Fuente: Excelente imagen personal y profesional
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Causar una buena impresión en los demás es fundamental para el desarrollo personal e institucional en las relaciones laborales por lo que la imagen tanto física como mental se convierte en uno de los aspectos de la vida que más se debe cuidar.

UNIDAD # 2

LAS RELACIONES INTERNAS EN EL ÁMBITO LABORAL

Las relaciones internas en el ámbito laboral están ligadas a las relaciones personales e interpersonales dentro de la institución, la relación entre el empresario y el empleado que proporcionen un clima laboral conveniente apoyándose en valores como: el respeto, la responsabilidad, la puntualidad, la confianza, la disciplina, la equidad; los cuales tienen que ser pilares fundamentales dentro de la institución para mantener la armonía y la organización en las relaciones laborales de este modo desempeñar las funciones con mayor productividad elevando el progreso de la institución.



Fuente: Relaciones internas en el ámbito laboral
Elaborado por: Celena Folleco

PASO N° 1

LAS RELACIONES INTERNAS

OBJETIVO: Proporcionar al personal un ambiente de trabajo agradable, cómodo y seguro, donde el personal se sienta bien y pueda desenvolverse correctamente mejorando las relaciones entre compañeros.

DESARROLLO

Cada una de las funciones y labores que se efectúan en las instituciones están influenciadas por el tipo de relaciones internas entre los colaboradores y por el estado emocional, desempeño individual y el crecimiento personal de cada individuo.

Para lograr cultivar relaciones humanas mutuamente beneficiosas en el ámbito laboral entre compañeros, los jefes, los clientes, los proveedores, etc. Resulta muy positivo tener en cuenta los siguientes consejos.

- Construye relaciones humanas en las que ambas partes ganen.
- Focalizarse en los intereses comunes.
- Generar confianza y lealtad en los demás.
- Evitar adaptar el papel de víctima, salvador o perseguidor en la oficina.
- Evitar quejas continuas.
- No imponer exigencias inalcanzables.
- Pensar antes de actuar.
- Tomar decisiones. aportar soluciones, no problemas.
- Ser positivos y optimistas.
- Llamar a las personas por su nombre.

- Sonreír desarrollar el sentido del humor
- Generar complicidades y alianzas.



Fuente: Buenas relaciones entre compañeros de trabajo
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Que exista un ambiente de trabajo adecuado dentro de la institución garantiza relaciones favorables entre compañeros, por ende, mayor productividad de la institución.

PASO N° 2

LAS RELACIONES LABORALES

OBJETIVO: Garantizar un clima laboral favorable.

Proyectar una imagen de confianza hacia el grupo de trabajo.

DESARROLLO

- **Representar la confianza:** en el ámbito laboral es fundamental que cada uno de los funcionarios sea visto como una persona confiable que no emita comentarios inapropiados que comprometan la reputación y estabilidad de otro miembro del grupo.
- **Manifestar apoyo en la solución de conflictos:** en un ambiente de trabajo siempre está la posibilidad de que se generen conflictos.
- **Invertir el tiempo necesario en las actividades de trabajo:** mientras se trabaja en equipo, es conveniente que la mayor responsabilidad la realice la persona con más experiencia.
- **Establecer límites:** para que la relación laboral transmita armonía es necesario establecer límites, en cuanto a la confianza y el compañerismo.



Fuente: Buenas relaciones laborales
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: La relación establecida en el ámbito laboral se basa en la capacidad que tiene cada funcionario para socializar entre ellos, en diversas circunstancias y situaciones, teniendo en cuenta que en la mayoría de los casos se trabaja en equipo y la comunicación es fundamental para lograr el éxito en todas las actividades.

PASO N° 3

IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

OBJETIVO: Proporcionar a los trabajadores técnicas y procesos que promuevan una excelente comunicación entre compañeros.

DESARROLLO

La comunicación es el medio por el cual se establece contactos, relaciona intereses, genera compromisos, procurando el intercambio de ideas, pensamientos y emociones.

El funcionario de la institución al momento de atender a sus clientes y relacionarse con sus compañeros de trabajo tiene la obligación de emitir mensajes que sean claros y concisos, para lo cual es necesario contar con algunos aspectos importantes que son: volumen o intensidad de la voz, acento, pronunciación, uso del lenguaje correcto.

La base de la estabilidad y éxito de una institución está en la comunicación entre compañeros y con los clientes, si se plasma correctamente conlleva a un trabajo satisfactorio.



Fuente: Comunicación entre compañeros de trabajo
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Las relaciones que se dan entre los miembros que forman parte de una institución se establece mediante la comunicación porque es una necesidad comunicarse unos con otros con el fin de dar o adquirir información para ejecutar su trabajo.

PASO N° 4

MOTIVACIÓN AL PERSONAL

OBJETIVO: Motivar al personal constantemente para obtener un mejor rendimiento en el logro de los objetivos de la institución.

DESARROLLO

La motivación de los empleados que forman parte de la institución es un pilar que debe sostener una adecuada estrategia de servicio que no sea idea temporal, sino que se viva y respire por todos los departamentos de la institución, mediante algunos factores primordiales que son:

- Fomentar un ambiente de trabajo positivo y seguro.
- Incentivar la participación en la toma de decisiones con los trabajadores.
- Mantener un constante estímulo positivo con los empleados.
- Reconocimiento y premiación a los funcionarios.
- Realizar programas de rotación laboral, para que el funcionario se familiarice con las demás funciones que estén acorde a perfil profesional.
- Brindar a los funcionarios las mejores herramientas y la capacitación para tener éxito, se sentirán más confiados en el desarrollo de sus roles.



Fuente: Motivación constante al personal
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Que el personal se encuentre capacitado constantemente genera mayor productividad personal, profesional e institucional.

PASO N° 5 COMPARTIR EL ÉXITO LABORAL

OBJETIVO: Resaltar una cualidad y enfatizarla para obtener el éxito es importante, motivar mediante reconocimientos que inspiren a los funcionarios a sentirse parte de la Institución.

DESARROLLO

- Cuando un compañero de trabajo haya culminado con éxito algún proyecto, lo que se debe hacer es felicitarlo y reconocer su logro.
- No envidiar los triunfos de los demás, porque de hacerlo se genera un ambiente laboral de desconfianza.
- Aprender a valorar el esfuerzo de todos los miembros de la Institución, no hay que olvidar que cada aporte es importante y necesario para el buen desarrollo laboral.
- Evitar rivalidades entre los miembros de la Institución, recordar que el trabajo en equipo es la mejor forma de realizar las actividades impuestas para cumplir los objetivos planteados.
- Siempre se debe separar problemas personales con los laborales ya que esto afecta en el desarrollo de las actividades, y a su vez se puede crear un ambiente tenso e incómodo.



Fuente: Resaltar cualidades y méritos de todo el grupo de trabajo
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Es importante aprender a ser partícipes de los logros de los demás, porque no hay nada mejor que el reconocimiento por el trabajo realizado, siendo este un motivo para continuar mejorando.

UNIDAD # 3

DESEMPEÑO LABORAL

El desempeño laboral se ve reflejado por la eficacia del personal que labora dentro de la institución que es de suma importancia y necesario para la entidad, contar con personal eficiente que desempeñe sus labores correctamente mediante un proceso adecuado para desarrollarlas de ese modo cumplir con las metas de la



Fuente: Desempeño laboral
Elaborado por: Celena Folleco

PASO N° 1 IMPORTANCIA DE LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL

OBJETIVO: Evaluar el desempeño de un trabajador es un componente fundamental para las empresas, porque ayuda a implementar estrategias y afinar la eficacia.

DESARROLLO

A veces se olvida que uno de los beneficiarios más directos de la evaluación del desempeño es el propio empleado no solamente la institución, a través de esta herramienta se puede establecer nuevas oportunidades para el trabajador dentro de la organización (promoción, traslado a puestos más acordes a sus habilidades y formación, etc.), así como definir posibles planes de formación.

La medición del desempeño también puede poner de manifiesto las aptitudes del mando intermedio como líder del equipo de trabajo, estudiar cómo funciona la comunicación dentro de la empresa o comprobar en qué grado el empleado se siente parte integrante de la cultura organizacional.

El desempeño laboral se mide mediante los siguientes aspectos:

- Su productividad, calidad y cantidad de trabajo realizado.
- Es importante facilitar herramientas y procesos de trabajo adecuados que mejoren el desempeño.
- Su eficiencia y eficacia.
- La formación adquirida.
- Los objetivos conseguidos

- Para el buen rendimiento laboral de los empleados, es importante que conozcan cuáles son sus objetivos.



Fuente: Correcto desenvolvimiento laboral
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: El desempeño laboral presenta la eficiencia que debe poseer cada trabajador para el correcto desenvolvimiento en su área de trabajo donde debe considerar aspectos especiales como: la actitud, eficacia, calidad y productividad al desarrollar las actividades correspondientes a su cargo.

PASO N° 2 AMBIENTE LABORAL

OBJETIVO: Proporcionar al trabajador un ambiente laboral adecuado, cómodo y seguro para un correcto desenvolvimiento en su área de trabajo.

DESARROLLO

El ambiente laboral es uno de los elementos más importantes dentro de la institución que determina las relaciones de trabajo, e incide en el desempeño laboral, porque influyen en la productividad del trabajador y de la empresa. Los consejos para crear un entorno favorable son:

- Respetar los horarios establecidos en su jornada laboral.
- Fomentar la buena comunicación y así evitar que se generen rumores.
- Invertir en programas de capacitación con especialistas en entornos laborales favorables.
- No interrumpir los descansos ya establecidos.
- Definir correctamente los puestos de trabajo, tareas y responsabilidades de cada uno.
- Permitir y fomentar un plan de carrera profesional para todos los trabajadores



Fuente: Área de trabajo organizado
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Un ambiente laboral inapropiado genera bajo rendimiento de los trabajadores, por ende, baja la productividad de la institución.

PASO N° 3

PERFIL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

OBJETIVO: Seleccionar al personal de acuerdo con las competencias personales, sociales, laborales y profesionales.

DESARROLLO

El personal de la institución a la hora de desempeñarse correctamente en su labor, debe considerar:

- Conocer la misión, visión y valores de la institución.
- Poseer conocimientos institucionales.
- Tener vocación por el servicio, interés por el mejoramiento continuo en el desempeño.
- Tener una excelente presentación personal.
- Buenas relaciones humanas, interés por cumplir sus deberes y trabajar en equipo.
- Promover el positivismo y la colaboración en las actividades a desarrollar en la institución.
- Mostrar honestidad, respeto, responsabilidad, fidelidad, ética y calidad humana al relacionarse con los demás.



Fuente: Excelente perfil personal y profesional
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: Es importante que el personal cuente con una formación profesional acorde a su perfil y al cargo que ocupa para poder lograr una mayor productividad y éxito de la institución.

PASO N° 4

FORMACIÓN PROFESIONAL

OBJETIVO: Verificar que todo el personal que labora en la institución se encuentre preparado para desarrollar las actividades correspondientes a su cargo.

DESARROLLO

La formación profesional es un principio fundamental que mide el desempeño y eficiencia laboral a la hora de ejecutar el trabajo donde el empleado debe poseer conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para un correcto desenvolvimiento laboral y profesional, están reflejadas en los siguientes aspectos:

- Realizar su trabajo con eficiencia, calidad y productividad.
- Demostrar su experiencia y conocimientos en los resultados de su trabajo.
- Cumplir con las normas de conducta y disciplina establecidas de los puestos de trabajo y características personales que exija el desempeño de determinadas ocupaciones.
- Exponer sus habilidades y capacidad adquirida en el desempeño de los cargos.



Fuente: Responsabilidad en el trabajo
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: La formación profesional son aquellos estudios y aprendizajes adquiridos que determina la preparación que tiene la persona al momento de realizar su trabajo.

PASO N° 5

IMPORTANCIA DE UNA BUENA ADMINISTRACION

OBJETIVO: Analizar la importancia de la administración en las organizaciones, así como describir las estrategias generales que se podrían implementar para mejorar el desempeño.

DESARROLLO

Aquí se exponen los diversos elementos que componen el entorno competitivo de las instituciones y las estrategias para lograr ventajas competitivas.

- Reconocer el cambio.
- Lograr el cumplimiento de objetivos.
- Tomar decisiones y ejecutarlas.
- Mantener sistemas de información mediante la capacitación constante al personal.
- Motivar y mostrar entusiasmo al momento de desarrollar todas las actividades al interior de la institución.



Fuente: Correcta ejecución del trabajo
Elaborado por: Celena Folleco

CONCLUSIÓN: El éxito de las instituciones depende de la efectividad que exista en la administración, ya que esta favorece la integración de equipos de trabajo y buenas relaciones humanas. Capacitar al personal constantemente garantiza la efectividad de una buena administración.

4.6. Impactos

- **Social**

El servicio de atención al cliente es uno de los elementos más importantes a la hora de conectar con la sociedad por ello se ve la necesidad de cuidar e ir implementando nuevas técnicas, pasos y procedimientos que conlleven a ofrecer un servicio de calidad y eficaz. De igual manera mejorar la comunicación entre los diferentes departamentos de la institución evidenciando satisfacción en la ciudadanía al momento de cubrir sus expectativas y demandas.

- **Educativo**

Por medio de la educación y enseñanzas se puede focalizar el aprendizaje de los funcionarios de la institución proporcionando un buen trato y mejor desempeño, es factible socializar la guía de atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral y de esta forma resolver los inconveniente y dificultades que se presenten al momento de brindar un servicio.

- **Laboral**

Al contar con el personal totalmente calificado que labore en la institución se verá la mejora continua del servicio al cliente y las relaciones que se percibe dentro de la misma, reduciendo las quejas, inquietudes o reclamos por parte del cliente, generando un incremento en la productividad y ganando credibilidad a nivel local y nacional.

CONCLUSIONES

- Esta investigación permitió clarificar las falencias existentes del personal administrativo de la institución enfocado específicamente en sus relaciones internas en el desempeño laboral y la atención al cliente.
- Gran parte del personal administrativo que labora en la institución no asume responsabilidades al momento de recibir quejas o reclamos por parte del cliente
- Existe falta de compromiso y cumplimiento de las responsabilidades asignadas al personal administrativo, dejando como consecuencia la inconformidad de la comunidad.
- En la institución no existe una guía de atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral del personal administrativo de la institución.

RECOMENDACIONES

- La Institución debe solicitar capacitaciones constantes relacionadas con su trabajo y formación profesional en lo referente a la atención al cliente y relaciones internas en el desempeño laboral para el personal administrativo.
- Se considera necesario que el personal administrativo de importancia a cada queja o reclamo que presenten los clientes de esta forma se puede mejorar el desempeño generando compromiso en las dos partes al momento de brindar y recibir un servicio.
- Se sugiere que el personal administrativo de la institución tenga la disposición y se involucre constantemente en el logro de los objetivos institucionales, de esta forma el personal administrativo se va a sentir parte de la entidad, generando un cambio positivo.
- Se considera necesario poner en práctica el contenido de la guía informativa para mejorar las relaciones y el desempeño laboral del personal administrativo donde todos se comprometan con el desarrollo eficiente de la Institución al momento de brindar un servicio.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Ambiente laboral.** - Es un elemento muy transcendental en el día a día de la empresa, pese a que es difícil determinar o precisar las características que lo propician. Sin embargo se ha demostrado que este influye notablemente en la productividad y en la vida personal de los empleados.
- **Atención al Cliente.** - Es lo que ofrece una institución para relacionarse con los clientes con el fin que el cliente obtenga el producto o servicio requerido.
- **Calidad.** - Se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer determinada necesidad relacionada con las percepciones de cada persona referente al producto o servicio.
- **Cliente.** - Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una institución especialmente a la que asiste regularmente.
- **Comunicación.** - Es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje.
- **Conducta.**- La conducta hace referencia al comportamiento de las personas. En el ámbito de la psicología se entiende que la conducta es la expresión de las particularidades de los sujetos, es decir la manifestación de la personalidad.
- **Derechos del consumidor.** - Es la denominación que se da al conjunto de normas emanadas de los poderes públicos destinadas a la protección del consumidor o usuario en el mercado de bienes y servicios, otorgándole y regulando ciertos derechos y obligaciones.
- **Derechos del trabajador.** - Se trata del conjunto de reglas jurídicas que garantizan el cumplimiento de las obligaciones de las partes que intervienen en una relación de trabajo.
- **Desempeño laboral.**- Es el rendimiento laboral y la actuación que manifiesta el trabajador al efectuar las funciones y tareas principales que exige su cargo en el contexto laboral específico de actuación, lo cual permite demostrar su idoneidad.

- **Eficiencia.** - Capacidad para desarrollar o cumplir determinada actividad.
- **Formación profesional.**- Se entiende todos aquellos estudios y aprendizajes encaminados a la inserción, reinserción y actualización laboral, cuyo objetivo principal es aumentar y adecuar el conocimiento y habilidades de los actuales y futuros trabajadores a lo largo de toda la vida.
- **Imagen personal.** - Es la imagen de lo que la institución significa la carta de presentación, la primera impresión ante el cliente.
- **Institución.** - Organismo público o privado que ha sido fundado para desempeñar una determinada labor.
- **Mejoramiento.** - Cambio o progreso de una cosa que está en condición precaria hacia un
- **Necesidades del cliente.** - Es la base para hacer algo que cumpla con sus expectativas. Esto es lo que el cliente quiere cuando compra un producto o contrata un servicio.
- **Normas.** - Una norma es una regla que debe ser respetada y que permite ajustar ciertas
- **Obligaciones del trabajador.** - El trabajador debe cumplir una serie de obligaciones para que la relación laboral entre ambas partes sea amena y acorde a lo establecido por la ley.
- **Personal administrativo.** - Un administrativo es una persona empleada en la administración de una empresa, su tarea consiste en ordenar, organizar y disponer distintos asuntos que se encuentran bajo su responsabilidad.
- **Petición.** - Solicitud que va dirigida a un departamento en especial de una institución en espera de su pronta respuesta y solución a lo indicado.
- **Productividad.** - Capacidad de la naturaleza o la ciencia para producir.
- **Queja.** - Manifestación de inconformidad por parte del cliente ante una irregularidad o mala conducta de los administrativos al momento de la prestación de servicios.

- **Reclamo.** - Exigencia de los derechos del cliente relacionado con la prestación de servicios que ofrecen a la ciudadanía, identificando el motivo de su inconformidad y se tome una decisión.
- **Relaciones internas.** - Con los empleados. Otra de las políticas que pueden utilizar las empresas para retener al personal es la de la relación interna con sus trabajadores, es decir, una política orientada a favorecer un buen clima laboral en la empresa.
- **Relaciones laborales.** - Son los vínculos que se establecen en el ámbito del trabajo. Por ejemplo, el contrato laboral señala que un trabajador accederá a una indemnización si es despedido sin causa justa.
- **Requisito.** - Necesidad o expectativa adquirida, implícita u obligatoria.
- **Satisfacción del cliente.** - Es una medida de como un producto o servicio que brinde una institución superen las expectativas del cliente.
- **Servicio.** - Trabajo específicamente orientado hacia otra persona.
- **Sugerencia.** - Propuesta que se la hace con el fin de corregir, agilizar y mejorar la calidad de los servicios y trámites de la institución.
- **Valores.** - Cualidad o conjunto de cualidades por los que una persona o cosa es apreciada o bien considerada.

BIBLIOGRAFÍA

1. Adán Micó, P., & González López, A. (2015). *EMPRENDER CON ÉXITO 10 claves para generar modelos de negocio*. México: Alfaomega .
2. Alles , M. (2015). *Dirección estratégica de Recursos Humanos*. Buenos Aires: Granica S.A. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>
3. Almeida, M. M. (2004). *La Secretaria en un Mundo Globalizado*. Quito: DIMAXI.
4. Arturo. (30 de Octubre de 2015). *Qué es es Servicio al Cliente y cuál es su importancia*. Recuperado el 26 de Octubre de 2018, de Cere Negocios: <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
5. Blandez Ricalde, G. M. (2014). *Proceso administrativo*. Col. La loma thalneplantla, Estado de México: UNID Editorial digital.
6. Camilo José, C. (18 de julio de 2018). *EUDE Escuela Europea de dirección y empresa*. Obtenido de La importancia de las relaciones humanas en la gestión de empresas: <https://www.eude.es/blog/relaciones-humanas-empresas/>
7. Carvajal, E. (2008). *Sociología*. Quito: MAYA EDICIONES C. LTDA.
8. Casanova , F. (2003). *Formacion profesional y Relaciones laborales* . Montevideo: Cinterfor.
9. Covey , S. (2015). *LOS 7 HÁBITOS DE LA GENTE ALTAMENTE EFECTIVA*. Nueva York: Booket.
10. Cuéllar, P. (noviembre de 2008). *Relaciones Humanas en la empresa*. Cuenca: álamo studio.
11. Dalton , M., Dawn G., H., & Walts, M. (2007). *Relaciones Humanas*. México: THOMSOM Ediciones,S.A. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Aq16t_jx1TEC&oi=fnd&pg=PR13&dq=relaciones+humanas&ots=w5OA55fp7K&sig=H9Brar1rvF1KoKZlr7ReRwBR0Qc#v=onepage&q&f=false
12. De La Torre, F. (1998). *Relaciones Humanas: en el ámbito laboral*. México: Trillas, S. A.
13. Dessler, G. (2009). *Administración de recursos humanos*. México: Pearson.

14. Ferrari, A. P. (27 de agosto de 2018). *Perfil de los clientes*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13149025/que-es-un-perfil-de-cliente>
15. Gallaga García, R. (2009). *Teoría de las Relaciones Humanas*. Bogotá: McGraw-Hill Latinoamericana, S.A. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>
16. Gerrero, B. (26 de febrero de 2015). *La importancia de proyectar una buena imagen profesional*. Obtenido de mva y educación ejecutiva: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/la-importancia-de-proyectar-una-buena-imagen-profesional>
17. Gómez Gallardo, P. (2017). *Ética y valores*. México: IURE Editores e-book. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>
18. Goodman, J. A. (2014). *Atención estratégica al cliente*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=5486850&query=atencion%2Bal%2Bcliente>
19. Guadalupe, B. R. (2014). *Proceso administrativo*. Col. La Loma Tlalnepantla, Estado de México: Editorial digital UNID, 2014.
20. Jiménez, C. (25 de Enero de 2017). *5 formas de conocer las necesidades del cliente*. Obtenido de Carlos Jiménez: <https://www.carlosjimenez.info/5-formas-de-conocer-las-necesidades-de-los-clientes/>
21. Ley de La Constitución del Ecuador. (2008). *Derecho a las personas y grupos de atención prioritaria*. Quito: Asamblea Constituyente. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
22. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2011). *Ley Orgánica de defensa del consumidor*. Quito: Congreso Nacional. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
23. Ley Orgánica de Servicio Público, LOSEP. (2010). *Ley Orgánica de Servicio Público*. Quito: Asamblea Nacional. Obtenido de <https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/LOSEP.pdf>

24. Maniviesa, P. (2018). *La Calidad de la Atención al Cliente*. Recuperado el 26 de Octubre de 2018, de Pimerang: <http://www.pymerang.com/marketing-y-redes/612-la-calidad-en-la-atencion-al-cliente>
25. Martínez Estrada, A. (2000). *Sociología*. Quito: Maya Ediciones C. LTDA.
26. Martínez Estrada, A. (2001). *Relaciones Humanas* . Quito: MAYA EDICIONES C. LTDA.
27. *PI Asesoría*. (5 de marzo de 2018). Obtenido de La importancia de los valores en las empresas: <http://www.piasesoría.com/uncategorized/la-importancia-de-los-valores-en-las-empresas/>
28. Priego, L. (12 de marzo de 2018). *Tipos de comunicación*. Obtenido de <https://tiposde.online/tipos-de-comunicacion/>
29. Prieto Herrera, J. (2010). *GERENCIA del servicio L clave para ganar a todos* (Segunda edición 2010 ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
30. *Relaciones humanas*. (21 de febrero de 2019). Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos5/relhuman/relhuman.shtml>
31. Robbins, S., & Couelter, M. (2013). *Administración un Empresario Competitivo*. México: Pearson Educación México.
32. Rodríguez, I. H. (26 de septiembre de 2017). *Beneficios de una buena atención al cliente*. Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de Villanett: <http://www.nube.villanett.com/2017/09/26/beneficios-una-buena-atencion-al-cliente/>
33. Sánchez Estella , Ó., Herrero Domingo, R., & Hortiguela Valdeante, M. (2013). *Comunicación en las relaciones profesionales*. España: Ediciones Paraninfo, S. A.
34. Silva, K. D. (18 de septiembre de 2018). *Ambiente de trabajo*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13714621/que-es-el-ambiente-de-trabajo>
35. Villalobos, C. (12 de febrero de 2019). *Tipos de cliente*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/tipos-servicio-cliente>
36. Zapatero Álvarez, A. I. (febrero de 2012). *Iformacion y atención al cliente-consumidor usuario*. Obtenido de Ebook central: <https://ebookcentral.proquest.com>

ANEXOS

ANEXO 1: OFICIO DE ACEPTACIÓN



Gobierno Autónomo
Descentralizado Municipal
San Miguel de Ibarra



IBARRA
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL

Oficio No. IMI-DTH-2018-0299-O

Ibarra, 22 de noviembre de 2018.


Magister
Raimundo López
DECANO DE LA FECYT
Presente.

En atención al oficio 261-D del 14 de noviembre/2018 y presentado con trámite externo No.23227-E, en el cual solicita la autorización para que la Sra. **CELENA FOLLECO ESPINOZA**, estudiante de la Universidad Técnica del Norte, Facultad De Educación Ciencia y Tecnología, carrera de Secretario Ejecutivo en Español, obtenga información para realizar el trabajo de grado "Análisis de Atención al Cliente y Relaciones Internas en el Desempeño Laboral del Personal Administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra". Al respecto, me permito comunicarle que está autorizado para que la estudiante realice las actividades pertinentes.

Agradezco su atención.

Atentamente,




Ina Verónica de los Angeles Tabango Castro
DIRECTORA DE TALENTO HUMANO (SUBROGANTE)

uig

ANEXO 2: RECIBIDO DE LA GUÍA

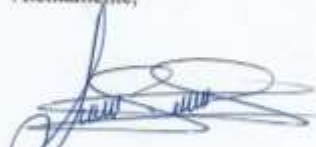
Ibarra, 23 de julio de 2019

Ingeniero
Diego Solano
DIRECTOR TALENTO HUMANO

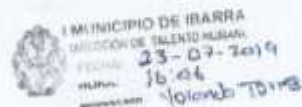
Por medio de la presente, se realiza la entrega de la primera copia de una guía cuyo tema es:
"GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y RELACIONES INTERNAS EN EL DESEMPEÑO
LABORAL PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO DE IBARRA" misma que es el resultado del proyecto de investigación
realizado en la institución antes mencionada.

Sin más le agradezco por su colaboración para la ejecución de esta investigación.

Atentamente,



Srta. Celena Folleco
ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
C.I. 100383606-9



ANEXO 3: FORMATO DE ENCUESTA



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DIFERENTES CLIENTES DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE IBARRA.

1. ¿El servicio público del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, demuestra calidad, eficiencia y eficacia?

Excelente Buena Regular Mala

2. ¿La atención a la cliente brindada por los diferentes servidores del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra se considera:

Excelente Buena Regular Mala

3. ¿Cree Ud. que el personal administrativo acorde a su perfil está preparado para desempeñar su labor?

Si No Talvez

4. ¿La información que proporciona el personal administrativo de la institución es favorables y correcta?

Siempre A veces Nunca

5. ¿El personal administrativo al momento de dar la información solicitada lo hace de forma clara y comprensible?

Siempre A veces Nunca

6. ¿Cuándo recepta la información requerida existen buenas relaciones humanas?

Siempre A veces Nunca

7. ¿Se encuentra satisfecho con la atención al cliente que brinda el personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra?

Siempre A veces Nunca

8. ¿El servicio de respuesta es rápido a las necesidades y problemas que requiera el cliente por parte del personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra?

Siempre A veces Nunca

ANEXO 4: FORMATO DE CUESTIONARIO DE ENTREVISTAS



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

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO.

1. ¿Qué grado de importancia le da a la atención al cliente del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra?

Mucho Poco Nada

Porque.....
.....

2. ¿Considera necesario recibir capacitación constante sobre atención al cliente?

Sí No

Porque.....
.....

3. ¿El personal administrativo realiza su trabajo acorde a su perfil profesional?

Todos Casi todos Ninguno

Porque.....
.....

4. ¿Considera Necesario la creación de una Guía de atención al cliente, relaciones internas y desempeño laboral aplicable al Gobierno Autónomo Descentralizado?

Sí No

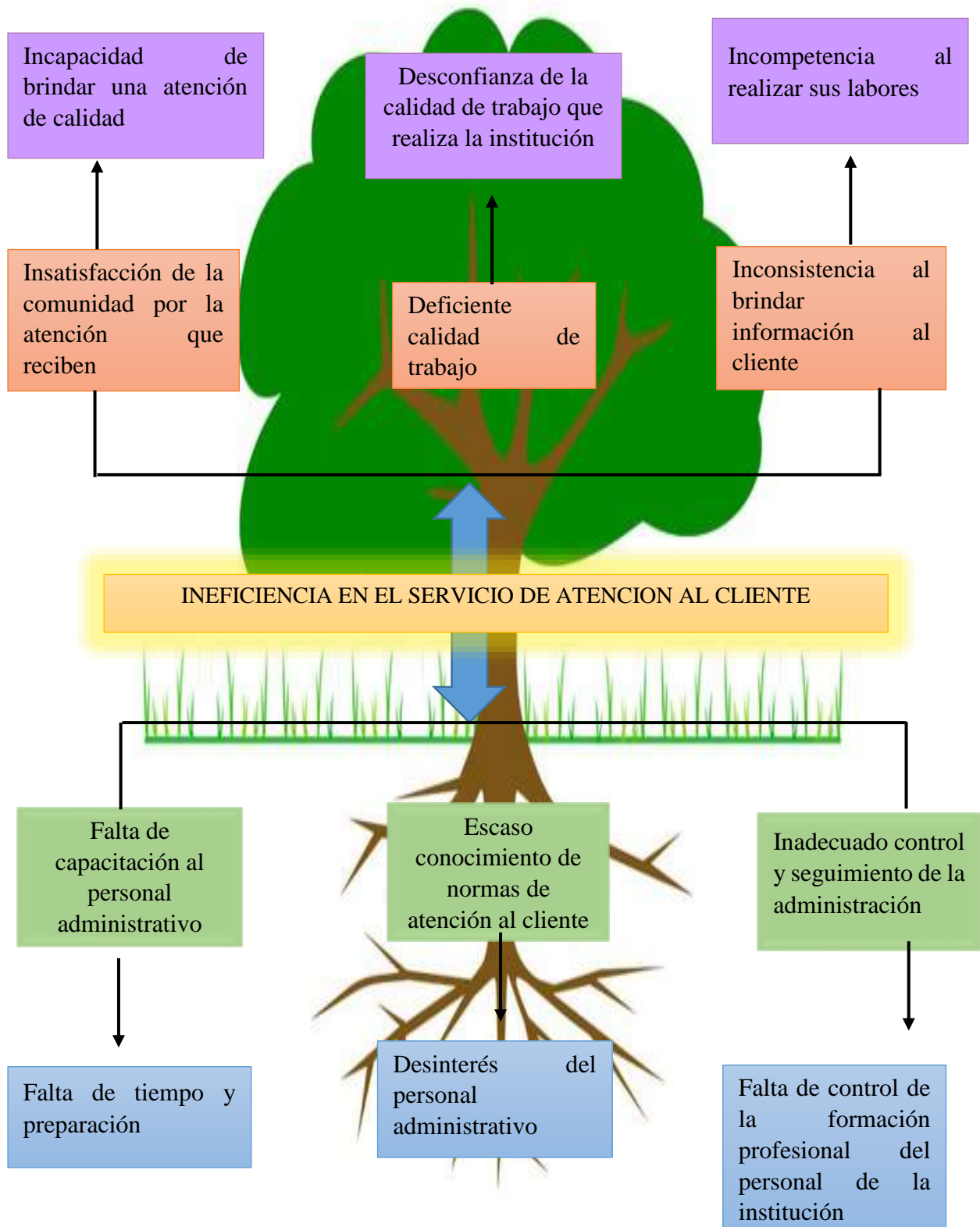
Porque.....
.....

5. ¿Ud. considera que dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra se maneja relaciones interpersonales adecuadas que proporcionen un ambiente favorable entre los trabajadores?

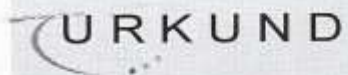
Sí No

Porque.....
.....

ANEXO 5: ÁRBOL DE PROBLEMAS



ANEXO 6: CERTIFICADO URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: PLAN DE INVESTIGACIÓN-SELENA FOLLECO.pdf (D47719029)
Submitted: 2/8/2019 5:39:00 AM
Submitted By: cmfollecoe@utn.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

TESIS LUCIA URKUND.docx (D46078875)
INFORME FINAL GLORIA BAÑOS.docx (D46839040)
Tesis-Carito.pdf (D36428905)
tesis ORIGINAL.docx (D15019188)
<https://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/no-existe-mas-que-un-jefe-el-cliente/>
<https://www.buenastareas.com/materias/identificar-los-requerimientos-y-expectativas-del-cliente-de-acuerdo-con-lo-lineamientos-y-servicio-de-la-empresa/0>

Instances where selected sources appear:

10



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

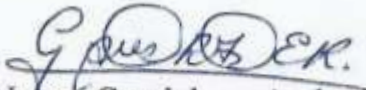


Secretariado Ejecutivo

CERTIFICADO

A petición del señorita; FOLLECO ESPINOZA CELENA MARICELA, portadora de la cédula de ciudadanía número 1003836069, conforme a lo establecido en el **artículo 17 de la Ley Orgánica de Educación Superior, inciso segundo** y después de recibir el análisis del programa **URKUND**, certifico que el trabajo de grado “**ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y RELACIONES INTERNAS EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESENTRALIZADO DE IBARRA**”, tiene un porcentaje de similitud del (2%), por lo que declaro apto a este trabajo para que sea designado tribunal y prosiga con los trámites pertinentes para su titulación.

Atentamente,



Msc. Nancy Guadalupe Andrade

Nª 100134700-2

DOCENTE DE LA CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

ANEXO 7: FOTOGRAFÍAS



Foto1: Atención a clientes en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.



Foto 2: Clientes en la estancia de espera.



Foto 3: Asesor dando información a los clientes.



Foto 4: personal administrativo llenando el cuestionario de entrevistas.



Foto 5: personal administrativo llenando el cuestionario de entrevistas.



Foto 6: personal administrativo llenando el cuestionario de entrevistas.



Foto 7: Personal administrativo llenando el cuestionario de entrevista.



Foto 8: Personal administrativo llenando el cuestionario de entrevista.



Fuente: Entrega de la guía
Elaborado por: Celena Folleco



Fuente: Entrega de la guía
Elaborado por: Celena Folleco



Fuente: Socialización de la guía
Elaborado por: Celena Folleco



Fuente: Socialización de la guía
Elaborado por: Celena Folleco

