



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CENTRO DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

PROYECTO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

TITULO:

**LA ATENCIÓN AL USUARIO Y SU INCIDENCIA EN LA IMAGEN
INSTITUCIONAL DE LA GOBERNACIÓN DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS,
2021**

AUTOR.

ING. TORRES TOAPANTA KENNY ALFONSO

ASESOR:

ING. PAREDES TOBAR JAVIER, MCA.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoria Y Control

BABAHOYO, 2023

Dedicatoria

Quiero dedicar esta tesis a Dios, por haberme acompañado en este camino llenándome de fuerza y sabiduría, sin su misericordia hoy no podría haber culminado esta meta.

A mis padres, por ser mi apoyo, por su amor y por motivarme de todas las formas posibles para lograr llegar hasta aquí.

A mi esposa Lisset y mi hijo Sebastián por ser el motor que Dios uso para darme todo el apoyo que necesité, por entender que tuve que sacrificar parte de su tiempo, por estar ahí siempre.

Agradecimiento

A mi esposa e hijo:

“Por ser mi fuerza, ustedes con su amor y cariño me impulsaron a perseguir mis sueños y metas, a ser perseverante y a luchar por lo que anhelo, gracias por su comprensión, su amor y su tiempo”

A mis padres:

“Por ayudarme a cumplir todos mis objetivos académicos y creer en mi”

A mi tutor y docentes:

Gracias por compartir sus conocimientos y su tiempo, gracias por hacerme ver que cuando existe vocación en lo que se hace, las cosas se hacen bien. Gracias por sembrar en mi ejemplo de tenacidad y responsabilidad.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, Kenny Alfonso Torres Toapanta, portadora de la cédula de ciudadanía 120591099-3 en calidad de autor del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA declaro que soy autor del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

“La atención al usuario y su incidencia en la imagen institucional de la Gobernación de la Provincia de Los Rios, 2021.”

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.



KENNY ALFONSO TORRES TOAPANTA
C.I. 1205910993

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	ix
Abstract	x
Introducción	11
Capítulo I.....	12
Contextualización del Problema	12
1.1. Formulación del problema	12
1.2. Justificación.....	12
1.3. Objetivos	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivos específicos.....	13
1.4. Formulación de Hipótesis.....	13
Capítulo II.	14
Marco teórico	14
Capítulo III.	27
Metodología	27
3.1. Diseño de Investigación	27
3.1.1.. Tipo de Investigación.....	27
3.1.2. Población, muestra y unidad de análisis	28
3.2. Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	29
3.3. Procedimientos y Análisis.....	29
3.4. Aspectos Éticos	30
Capítulo IV.....	31
Resultados y discusión	31
4.1. Resultados obtenidos en la investigación.....	31
4.2. Pruebas estadísticas aplicadas	37

4.3. Discusión de resultados.....	46
Capítulo V.....	48
Conclusiones y recomendaciones	48
5.1. Conclusiones	48
5.2. Recomendaciones.....	49
Capítulo VI.....	50
Bibliografía	50
Anexos	53

Índice de tablas

Tabla 1- ¿ La atención por parte de la Gobernación de Los Ríos están influyendo en la calidad del servicio que brinda?	31
Tabla 2 -¿Los medios de comunicación que viene utilizando la Gobernación fortalecen la atención al usuario?.....	32
Tabla 3 - ¿Los tiempos de respuestas en la atención al usuario que viene dando la Gobernación es adecuada?.....	33
Tabla 4 - ¿ Las encuestas de satisfacción que se viene aplicando evidencian una mejora en la imagen institucional?	34
Tabla 5 - ¿Los productos y servicios que ofrece la Gobernación están posesionando la imagen institucional?.....	35
Tabla 6 - ¿Al estar publicando información útil e interesante a los usuarios mejoran su confianza en la institución	36
Tabla 7 - Tabla cruzada entre variables Atención al usuario – Imagen institucional	37
Tabla 8 - Prueba de Chi cuadrado entre las variables Atención al usuario – Imagen institucional	37
Tabla 9 - Tabla cruzada entre protocolos de atención – imagen institucional.....	38
Tabla 10 - Prueba Chi cuadrado entre dimensión protocolos de atención – imagen institucional	38
Tabla 11- Tabla cruzada de Comunicación- Imagen institucional	39
Tabla 12 - Prueba de Chi cuadrado entre las dimensiones Comunicación – Imagen institucional	39
Tabla 13 - Tabla cruzada entre Eficiencia de servicio – Imagen institucional	40
Tabla 14 - Prueba Chi cuadrado entre dimensión Eficiencia de servicio – Imagen institucional	40
Tabla 15 - Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov	41
Tabla 16 - Correlación entre las variables Atención del usuario e Imagen Institucional	42
Tabla 17 - Correlación entre dimensiones Protocolos de atención – Imagen Institucional.....	43
Tabla 18 - Correlación entre dimensiones Comunicación- Imagen Institucional.....	44
Tabla 19 - Correlación entre dimensiones Eficiencia de servicio – Imagen Institucional.....	45

Índice de figuras

Figura 1.- ¿ La atención por parte de la Gobernación de Los Ríos están influyendo en la calidad del servicio que brinda?	31
Figura 2 - ¿ Los medios de comunicación que viene utilizando la Gobernación fortalecen la atención al usuario?.....	32
Figura 3- ¿Los tiempos de respuestas en la atención al usuario que viene dando la Gobernación es adecuada?.....	33
Figura 4 - ¿ Las encuestas de satisfacción que se viene aplicando evidencian una mejora en la imagen institucional?	34
Figura 5 - ¿Los productos y servicios que ofrece la Gobernación están posesionando la imagen institucional?.....	35
Figura 6 - ¿Al estar publicando información útil e interesante a los usuarios mejoran su confianza en la institución?.....	36

Resumen

La atención a los usuarios se considera uno de los factores primordiales para el desenvolvimiento de una organización y para de cierta forma tener aceptación, por esa razón la investigación presente tuvo como fin determinar la forma en el que la atención al usuario incide en la imagen institucional en la Gobernación de la Provincia de los Ríos en el año 2021. Para ello se utilizó una metodología con diseño experimental, de tipo descriptiva, aplicada y explicativa. Su muestra estuvo conformada por 149 usuarios que acuden a recibir los servicios que ofrece la institución, como técnica se utilizó la encuesta con preguntas opcionales conforma a la Escala de Likert. Dado a eso, se tuvo como resultados que la mayoría de los usuarios estuvieron de acuerdo en que la gobernación maneja protocolos de atención que deberían ser mejorados, si brindan tiempo para comprender las necesidades del usuario, además de ello manejan publicidad sobre la información de los servicios que ofrecen, en ese sentido, entre las variables atención al usuario e imagen institucional se mostró una correlación significativa alta de 0,938 donde $p < 0,01$; es decir, que la atención a los usuarios si incide en la imagen institucional que la Gobernación de Los Ríos presenta, aunque si se deberían tomar en cuenta mejorar la estrategias de servicio, para que sean más óptimos y eficaces.

Palabras claves: Atención al usuario, Imagen Institucional, Calidad de Servicio

Abstract

The attention to the users is considered one of the main factors for the development of an organization and in a certain way to have acceptance, for that reason the present investigation had the purpose of determining the way in which the attention to the user affects the institutional image. in the Government of the Province of Los Ríos in the year 2021. For this, a methodology was obtained with an experimental design, of a descriptive, applied and explanatory type. Its sample consisted of 149 users who come to receive the services offered by the institution, as a technique the survey was extracted with optional questions according to the Likert Scale. Given this, the results were that the majority of users agreed that the government handles care protocols that can be improved, if they provide time to understand the user's needs, in addition to that they handle publicity about the information of the users. services they offer, however, a low significant connection of 0.938 where $p < 0.01$ is shown; that is, attention to users does not have a major impact on the institutional image that the Government of Los Ríos presents, although improving service strategies could be taken into account, so that they are more optimal and effective.

Keywords: Customer Service, Institutional Image, Quality of Service

Introducción

El presente trabajo investigativo es un tema de mucha importancia; debido a que actualmente los organismos hacen énfasis de cómo se debe de administrar los recursos financieros, humanos y materiales, dejando inadvertido el servicio al cliente. La calidad de atención al cliente es un procedimiento enfocado al logro de la satisfacción de las exigencias y necesidades de los mismos.

Los clientes o usuarios componen el mecanismo vital de cualquier institución; sin embargo, son pocas las entidades que logran adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a eficiencia, calidad o servicios brindados. Es por ello que los directivos deben optimizar la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, esto no es asunto de elección, ya la vida del establecimiento depende de ello. En cualquier entidad el usuario demanda ser escuchado, entendido y reconocido; sólo a través de esta particularidad las instituciones podrán estar preparadas para compensar estas exigencias, cumpliendo las expectativas del usuario.

En la perspectiva en que la calidad forma una estrategia institucional, el servicio al cliente ocupa un lugar relevante, dando lugar a nuevas éticas de gestión empresarial, orientadas o dirigidas al usuario. Se debe tener en cuenta que en la actualidad las instituciones están en perenne cambio, por lo que obtener constantemente información sobre las necesidades de sus consumidores, lo que especulan de la entidad, y lo que anhelan que cambien de ella para su satisfacción, es fundamental en el entorno laboral.

En ese sentido, las instituciones están obligadas a poseer una estrecha relación con sus clientes o usuarios, a través de un trabajo diario, conociendo sus exigencias y necesidades pues es la única forma de que los esfuerzos consumados se vean reflejado a futuro.

Capítulo I

Contextualización del Problema

1.1. Formulación del problema

La Gobernación de Los Ríos debe componer las técnicas apropiadas para que la atención dada hacia los usuarios vayan acorde a las disposiciones establecidas, con objetivos de calidad y eficiencia a la prestación de servicios y por ello a la complacencia de los ciudadanos, sin discriminación de beneficiarios, con sentido humanitario y cordial, sin interesar el estrato social.

Todo el personal de la Gobernación de Los Ríos debe ser apto y competitivo a través capacidades para desempeñar eficientemente sus funciones, correspondiendo a estar en condiciones de prestar una orientación eficiente al ciudadano en materia de servicios, por lo que al emplear una correcta atención al cliente, regularizarán sus competencias y desempeño, mediante la prestación de servicios pertinentes y ágiles, de acceso equitativo e imponderable a los canales de información, fortificando la participación de la sociedad en la atención y control de la gestión pública.

Con la mejora de los servicios en cuanto a la calidad se espera lograr que la atención al cliente sea equilibrada y que se suministre de la misma manera en cualquiera de los acatamientos de la Gobernación de Los Ríos.

1.2. Justificación

Se puede decir que las instituciones estatales conservan debilidades en el servicio al cliente, causando constante preocupación a los usuarios. Un buen servicio al cliente depende de la educación y la cultura del individuo que presta el servicio, sin derecho a abusar de la gente, esto es preciso cuando se requiere mantener una excelente imagen de la institución. De tal manera que cuando los usuarios sean asistidos, quienes laboran sean unos consultores para los mismos.

La Gobernación de la Provincia de Los Ríos puede lograr varias ventajas al enfocarse en mejorar sus servicios para una eficiente atención a los usuarios, dando como resultado que ellos se sientan satisfechos por la agilidad a la atención a su requerimiento, mostrando complacencia por la calidad de atención recibida. Haciendo referencia a que la proactividad

no significa solamente tomar la idea, sino aceptar la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan; dictaminar en cada instante lo que se desea hacer y cómo lo vamos a hacer.

El reconocimiento de las personas que pueden hacer hacia la institución, impulsa de forma extraordinaria al éxito de la misma, atribuyendo a la calidad del servicio prestado por el funcionario público.

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Determinar la forma en el que la atención al usuario incide en la imagen institucional en la Gobernación de la Provincia de los Ríos en el año 2021
-

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las características puntuales que evidencian la atención a los usuarios en la Gobernación de la Provincia de los Ríos en el año 2021
- Analizar los factores que inciden en la relación entre la atención al usuario y la imagen institucional de la Gobernación de la Provincia de los Ríos en el año 2021
- Diagnosticar los elementos más relevantes en la atención a usuarios en la Gobernación de la provincia de los Ríos, 2021

1.4.Formulación de Hipótesis

La atención al usuario incide significativamente en la imagen institucional en la Gobernación de la Provincia de los Ríos, 2021

Capítulo II.

Marco teórico

Antecedentes

En Perú Farroñán & Palomino (2020) dice que la gestión de la imagen corporativa pertenece al proceso multifacético y dinámico de lograr una imagen de la organización que se relacione sobre el éxito y la competitividad de la misma, ya que de eso dependerá la decisión de continuar una relación (financiera, laboral, productiva, etc.). Por ello la importancia del mensaje que tome cada uno de los diversos funcionarios públicos; cómo lo aprecien y el sentimiento les induzca dependerá el éxito de la institución. Una eficaz gestión de la imagen corporativa, crea confianza, permite diferente liderazgo en el mercado, origina la personalización de clientes internos y externos con la organización, lleva a la aceptación y evaluación de los productos y/o servicios y provoca a largo plazo que las relaciones con los clientes, socios, bancos, industria, sean fuertes (párr. 8).

En Argentina el Servicio de atención al cliente deberá ser viable, eficaz, cordial, respetuoso, considerado y mediante el cual se provea al consumidor la información necesaria, además de solucionar quejas, reclamos y cualquier otra cuestión trazada por el cliente. Sabec (2019) dice que se le deberá conceder un trato digno del consumidor como así también se deberá respetar el derecho a la información, permitiendo información clara al interesado, con la finalidad que no se preste a interpretaciones dobles, o que contenga información equivocada que pueda incitar al error al consumidor (párr.3).

En México Garibay (2021) afirma que la atención al cliente se afronta a un elemento muy complejo durante el 2021, ante la dificultad de entrar en contacto directo, es claro que hay que solucionarlo de forma remota lo mejor posible. El llegar al mejor acuerdo en el canal de servicio al cliente es muy indispensable, el 86 por ciento de los clientes desiste de tener relación con una compañía en resultado de un mal servicio que prestan a los usuarios (párr. 2).

En Chile uno de los elementos que más aquejan a los beneficiarios en la atención de salud es que no está centrada en sus preferencias y necesidades, las personas se sienten inconformes con el personal que le da cualquier tipo de información. Ocasionalmente que los pacientes tomen decisiones trascendentales sin entender los orígenes y consecuencias. “investigaciones exponen que los usuarios no solo buscan que se dé respuesta a sus

requerimientos, sino que también desean ser escuchados y socorridos en las otras áreas de su vida, más allá de la necesidad que los llevó a buscar la caja de atención”,

El diario Quito informa (2019) menciona que Epmaps-Agua de Quito efectúa la renovación de su imagen institucional, con espacios más convenientes que permitan acceder a los servicios de manera rápida y eficaz; como parte del proyecto para perfeccionar la atención y satisfacción del cliente.

Los cambios comenzaron en las oficinas de Atención al Cliente, Desarrollo de Servicios y Recaudación del edificio Matriz y, esa semana, prolongan en las agencias del Condado, Carapungo, la Manzana y Quicentro Sur. La responsabilidad de esta entidad es trabajar para servir a los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito y pensar que la ciudadanía es la razón de ser esta empresa. Por eso están obstinados en mejorar sus procesos, de tal manera que cada ciudadano que llegue a las oficinas salga orgulloso por la atención que reciben”, indicó el gerente comercial de agua de Quito, Vaca. (párr. 2,3)

UTE (2018) dijo que el servicio al cliente en las instituciones públicas del Ecuador se examina en una reciente investigación realizada por tres docentes de la facultad de ciencias administrativas de la UTE. El trabajo busca establecer el nivel de aplicación de la normativa legal sobre servicio de eficacia y la cultura interna en las instituciones públicas de Ecuador. (párr. 1)

Servicio de Acreditación Ecuatoriano (2018) menciona que la calidad de un servicio no solamente responde a exigencias normativas, sino que se traduce en la complacencia de los usuarios.

Cuando se habla de calidad en los servicios públicos, se refiere al avance que se tiene en toda administración pública según su mejora constante, teniendo como meta perfeccionar las condiciones en que se brindan a los servicios de los ciudadanos.

Los servicios públicos de calidad permiten que se construyan sociedades equitativas, liberales y sostenibles, en ese sentido el ciudadano necesita de una administración que cumpla con necesidades y demandas, brindando un servicio con eficiencia y transparencia, agilizando los trámites a realizar.

Implementar un sistema de calidad requiere de una participación integral en la institución, considerando la trascendencia, procesos y estrategias que los servicios sean

poseionados, brindando el mismo nivel de atención de forma firme y continua a lo largo del tiempo (párr. 5).

La Defensoría Pública del Ecuador (2020) menciona que, para afianzar interacciones interinstitucionales para el fortalecimiento de la atención a los usuarios, el Protector Público Gral., Ángel Torres Machuca, intensificó su recorrido por algunas provincias de la nación.

En la provincia de Los Ríos, mantuvo una junta de trabajo con el director del Consejo de la Judicatura, Esteban Saltos, y el nuevo mandatario de la Corte Provincial de Justicia, Lenin García, con quienes analizó temas operativos y de mejoramiento de la atención a los usuarios

Además, mantuvo un encuentro con el prefecto, Jhonny Terán, con el propósito de coordinar distintas actividades, entre ellas, capacitaciones en prevención de maltrato.

En la jornada, la máxima autoridad, además pasó a ver la Defensoría Pública de Los Ríos y la Unidad Judicial Penal, donde funcionan oficinas de patrocinio penal de la Organización, escuchó inquietudes de usuarios, defensores públicos y administradores de justicia (párr. 1-4).

Así mismo El Universo (2021) dice que la finalidad del segundo líder era evidenciar los servicios y la atención que da esta vivienda de salud a los habitantes. En su recorrido por el nosocomio, Borrero constató problemáticas estructurales que están afectando al sitio. “No hay composición física, los pacientes permanecen esperando en la calle, los conjuntos de imagen no funcionan, no se permanecen realizando cirugías con técnicas novedosas y los doctores no operan, debido a que son referidos a otros lugares”, comentó el vicepresidente. El vicepresidente señaló que permanecen haciendo un trabajo para que los nosocomios tengan suministro suficiente y no se conviertan en un lugar donde se negocien los medicamentos e insumos (párr. 4-5).

Por otra parte la Transvial EP (2022) con la finalidad de mejorar la atención a los usuarios que han sido afectados por el sistema informático del Servicio de Rentas Internas (SRI), en el mes de enero se lo realizó con a todos los dígitos de las placas vehiculares 2022, sin recargo de calendarización, como una estrategia para satisfacer la demanda trabajó en horario de 08h00 a 17h00 de lunes a viernes. Los procesos de Matriculación, Revisión Técnica Vehicular, Transferencia de Dominio, Cambio de Color, Cambio de Servicios se realizó en las instalaciones de la parroquia el Salto (párr. 1-2).

Atención al usuario

Definición.

Silva (2020) recalca que el servicio al cliente, también se la conoce como la atención al usuario, tomándolo como un instrumento de marketing que permite el contacto con los clientes, por diversos canales de comunicación, estableciendo una vínculo con ellos, durante el proceso de venta.

Los principales objetivos se enfocan en garantizar que el servicio o producto llegue a su público objetivo y que satisfaga al cliente. El cumplimiento de estos objetivos van acorde a la asesoría, orientación y todo lo que proporcione este proceso. (párr. 3)

Características:

Según Pascal (2020) dice que las características de la atención al usuario son las siguientes:

Entusiasmo:

El entusiasmo es algo contagioso. Cuando el contexto está algo oscuro, el entusiasmo lo alumbra. Si existe alegría, el entusiasmo propaga aún más felicidad, cuando hay malas horas, el entusiasmo busca que las cosas sean realizadas de manera correcta.

Habilidades de Comunicación

Las destrezas de comunicación ya sea forma verbal o escrita, son las primeras cosas que se deben tomar en cuenta antes de contratar a una persona que vaya a ocupar un cargo de atención del cliente.

La escritura es una de las habilidades principales que da paso a transmitir un mensaje por escrito de forma explícita. Es más eficiente si la mayoría del tiempo se está atendiendo a los usuarios a través de un chat en vivo o por correo electrónico.

Empatía con el cliente/compasión

La empatía es algo que casi siempre es calificada como un rasgo decisivo en el servicio al cliente. Es factible de entender por qué: es la capacidad de ubicarse en el lugar de la otra persona.

Paciencia:

La paciencia se considera como la capacidad de admitir o tolerar situaciones complejas sin la necesidad de agobiarse. Tomando en cuenta que sin paciencia el servicio que se brinda puede resultar desagradable para quienes lo reciben.

Manejo del Estrés:

El estrés se asocia al tipo de servicio que se brinda al cliente, considerando que este puede afectar de forma directa o indirecta en lo que se ofrece.

El estrés está en todas partes, por supuesto, se toman como ejemplo para los programadores que requieren de una fecha final para presentar proyectos. Sin embargo, dado un plazo moderado y una planificación adecuada, en hipótesis si es posible trabajar sin estrés.

Flexibilidad:

En el soporte de chat es bastante característico estar negociando con varios clientes en el mismo instante, pero no se está siendo multitarea, lo que se está haciendo es cambiar ligeramente entre los diferentes chats, dándoles a los clientes el sentimiento de que tienen toda tu atención.

Las tareas es una habilidad que puede ser adiestrada y conlleva a una flexibilidad; esta capacidad cognitiva se ve disminuida con la edad, por lo que los centros de soporte suelen buscar a gente joven para asumir estos cargos

Carisma:

El funcionario que tiene carisma es una persona agradable. Quien muestra carisma hace que la gente quiera interactuar con aquel funcionario, por lo que es ventajoso tenerlo en un equipo de trabajo, logrando con su aporte a tener una buena imagen de la institución.

Conocimientos sobre la empresa

Se requiere de soporte de información para los clientes, porque pueden toparse con algún desconocimiento en el proceso que están realizando o solicitando. Los clientes piden ayuda es porque se topan con una brecha de información por delante y cuando esto ocurre se dirigen al funcionario de la institución para que le brinde soporte para resolverla, es lógico que, con un conocimiento recóndito sobre la empresa y los productos, agrandará la calidad del servicio al suministrar respuestas rápidas y buenas.

Tipología:

Según Pascal (2020) para ofrecer una buena atención al cliente es esencial adaptarse al canal o medio a través del cual se ofrece este servicio.

1. Atención presencial

Es el método más habitual para atender al cliente, aunque la tecnología también se ve inmersa en este proceso, el modo presencial mantiene la jerarquía para los usuarios, ya que permite entablar diálogos rostro con rostro entre la institución y el usuario

2. Atención telefónica

No importa a qué segmento de negocio pertenece la institución; la atención telefónica forma parte de la estrategia de servicio al usuario. En este tipo de interacción se deben cumplir normas, reglas, scripts conllevando a la complacencia de la persona que recibe el servicio

3. Atención virtual

En la actualidad estamos en mundo donde la tecnología avanza a pasos gigantesco, por lo las instituciones o empresas deben ajustar sus presupuesto económico para incluir recursos tecnológicos en el área de servicios a los clientes. Por lo tanto, al tener una adecuada atención virtual, harán que los demandantes del servicio se sientan más a gusto a la hora de entrar en contacto con las distintas herramientas tecnológicas.

4. Atención Proactiva

Conocida también como la atención dinámica, esta se da cuando una compañía se pone en contacto con los usuarios, ofreciéndoles sus servicios sin que ellos esperen aquello.

Este servicio hacia los usuarios es utilizado en casos en los que la institución necesita mostrar un nuevo producto o servicio, confiar un beneficio u oferta.

5. Atención Reactiva

Se considera reactiva cuando el usuario o comprador tiene la necesidad de contactarse con la empresa por uno o varios motivos en específico. La empresa debe estar preparada para responder a los intereses, dudas o requerimientos que haga el consumidor.

El cliente puede instaurar este contacto a través de los distintos canales de la entidad. Tu personal debe estar autorizado para responder las insuficiencias del consumidor con calidad y eficiencia (párr. 15).

Imagen Institucional

Definición

La imagen corporativa es el conjunto de creencias y actitudes que tienen los interesados y la ciudadanía en general sobre alguna institución, marca o empresa, donde se refleja el conocimiento adquirido por los servicios y productos prestados y la comunicación externa de la empresa. En resumen, la imagen corporativa es el significado obtenido ante la sociedad de una compañía (Sordo, 2021, párr. 3).

Características

Las principales características de la imagen corporativa son las siguientes:

- Refiere de la opinión del cliente o usuario.
- Se considera por los afectos y necesidades del cliente o usuario.
- Varía con el tiempo, como toda perspicacia.
- Marca una cualidad hacia la marca por parte del público.

Es la síntesis de los mensajes que resultan de los productos y servicios (Sordo, 2021, párr. 5).

Tipología

La imagen corporativa se puede clasificar en:

Imagen corporativa objetivo: imagen buscada con un fin.

Imagen corporativa subjetiva: se muestra la imagen que la empresa tiene para los empleados.

Imagen corporativa difundida: Es aquella que se difunde por medio de los servicios y productos.

Imagen corporativa percibida: Esta es la imagen de la empresa que tienen los compradores y el público en general (Sordo, 2021, párr. 23).

Dimensiones

Variable independiente

Atención al usuario

Porporatto (2021) menciona que la atención al cliente es el servicio que una empresa da a los clientes con la finalidad de tener una relación y así satisfacer las necesidades de esto es una herramienta fuerte para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para certificar el uso correcto de un producto o de un servicio (párr. 1).

Dimensiones

Protocolos de atención

Hammond (2021) comenta que un protocolo de servicio al cliente es un modelo establecido que detalla la forma en que los funcionarios o empleados de la institución deben atender al cliente. Contiene los razonamientos y la visión de la institución o empresa con relación a lo que es un excelente servicio al cliente y certifica una vinculación y comunicación eficaz (párr.7).

Un protocolo de atención es la manera de plasmar, para toda la organización, el modo de proceder frente al cliente, buscando unificar las opiniones, conceptos, reconocimientos e ideas diversas que se puedan tener respecto a qué es una buena atención (Silva, 2021, párr. 5).

Comunicación

Según Silva (2020) dice que antes de platicar de las claves de comunicación productiva y atención al cliente, es importante concretar ¿Qué es comunicación comercial? Es aquel ejemplo de comunicación donde el principal objetivo está en influir en la disposición de adquirir un servicio o generar una actitud positiva para el cliente en la organización. Considerando lo expuesto se puede decir que la comunicación comercial necesita ser asertiva (párr. 12).

La comunicación efectiva es un autoritario estratégico, porque admite alinear equipos y organizaciones. Este mismo informe suministra revelaciones que dan cuenta de la importancia de la comunicación, como por ejemplo la afirmación que declara que en muchos casos la comunicación, o la falta de ella, es la autora principal de errores costosos y que puede llevar al fracaso.

También se plantea que los líderes necesitan más aprendizaje para el desarrollo de sus destrezas comunicacionales. Es necesario que las instituciones cuenten con funcionarios que difundan valores de manera legítima y con transparencia, por medio de sus interacciones, conductas y decisiones. Ese es el camino para generar lealtad, compromiso y confianza tanto con los funcionarios de la organización como en la clientela (Silva, 2020, párr. 5).

Eficiencia del servicio

Díaz (2021) dice que la calidad en la atención al cliente es un conjunto de habilidades primordiales para garantizar la total satisfacción de los clientes, y con ello certificar la vida de la organización. Estas habilidades se pueden abreviar en cuatro acciones principales:

1. Planificación y ejecución de los progresos alineados con las necesidades del consumidor.
2. Concientización a todos los niveles de la compañía del resultado directo e indirecto que tienen sus trabajos en la satisfacción del cliente.
3. Retroalimentación perenne del grado de complacencia para poder planificar avances en los productos o servicios.
4. Gestión sistemática de la relación con el cliente (Caravaca, 2022, párr. 5).

1. Capacitación del personal

Capacitar a todo tu personal en servicio al cliente, sin interesar en qué área se desempeñen, te ayudará a certificar que todos contribuyan a la construcción de experiencias de compra efectivas. Todo tu personal debe estar competente para orientar al cliente sobre aspectos elementales.

2. Rutas de solución de problemas

La mayoría de las dificultades que sufren los clientes al obtener un producto o servicio, son periódicos y predecibles. Estos recorridos de solución serán la base para que tus trabajadores estén al corriente cómo responder ante dichas situaciones y que no tenga necesidad de tener al cliente esperando por semanas para brindarle una solución que perfectamente podría habersele brindado desde un comienzo.

3. Tecnología

Hoy día existe una extensa variedad de herramientas para la gestión de consumidores. Gracias a ellas puedes proveer procesos de venta, empoderar al cliente, reunir tus canales de comunicación y optimizar el interés de tu negocio.

4. Empoderamiento

Las empresas que restringen a su personal, son extremadamente ineficaces y terminan llenando de fracaso a sus clientes por la lentitud al remediar cualquier inconveniente.

Aprueba que tus colaboradores tengan la autonomía, los equipos y la información necesaria para afrontar y corregir los retos que se les presenten en el desarrollo de su trabajo. Las únicas 2 reglas que deben alcanzar las personas de tu empresa son: dar todo de sí mismos y hacer clientes pertinentes.

5. Análisis y optimización

Posteriormente, debes tener presente que cada compañía es única y solicita de construir sus propios modelos de gestión.

Constantemente valora y mide la experiencia de los clientes. Ponte en los zapatos de ellos y asemeja los puntos de frustración. Los clientes pretenden soluciones, no que les compliques la vida (párr. 3-21).

Variable dependiente

Imagen institucional

La imagen corporativa es transcendental para que la marca irrumpa un espacio en la mente del público, es decir, que esta empresa o producto viva en la mente del consumidor, otro punto que nos indica Capriotti, es que la imagen corporativa facilitará la diferencia de una organización con otra estableciendo valor para los públicos. Además, como último punto de importancia, nos señala que poseer una imagen corporativa definida ayudará a que las personas tengan un informe de la marca, ya que su decisión de compra se ve presuntuosa, en mayor parte, por la información, imagen o situación del entorno (Arrieta, 2020, párr. 2).

Calidad del servicio

Es un conjunto de acciones y habilidades que buscan mejorar el servicio al cliente, así como la relación entre la marca y el cliente. La estrategia para ese soporte está en la construcción de excelentes relaciones y un ambiente amigable, positivo y cortés, que garantice a los usuarios o clientes salir con una buena experiencia (Cardozo, 2021, párr. 4).

De acuerdo con una exploración presentada por Philip Kotler en su libro “Principios de Marketing”, existen 5 elementos determinantes de la calidad en los servicios al cliente.

1. Confiabilidad

En este punto se busca que el cliente confíe en el negocio, donde los servicios puedan demostrar las características y beneficios que prometan en sus estrategias de marketing.

2. Responsabilidad

La prestación de servicio demanda un alto grado de interacción entre partes. Por medio de esta, el contacto claro y ágil genera una elevada ansiedad o expectativa de contestación al cliente.

A parte de fomentar al cliente que contacte la empresa, estos medios de servicio permiten que la organización pueda atender a las necesidades del ciudadano de modo ágil y seguro, manteniendo la percepción de calidad en la organización

3. Seguridad

Se define como la manera de definir la competitividad demostrada en la ejecución de algún servicio.

Cuando menos sea el número de riesgo que se reconoce al cliente, mayor será su nivel de seguridad, hecho que permite la tolerancia a la asignación de un nivel más alto de calidad.

4. Empatía

Se define a la empatía como la manera anímica de una persona en descubrir los sentimientos que experimenta otro individuo, situándose en su lugar

Para que un servicio sea considerado para el cliente como de alta calidad, es preciso que sienta que la empresa se inquieta en atender a sus demandas brindándole soluciones personalizadas.

5. Tangibilidad

Este último criterio de calidad simboliza la experiencia del cliente al adquirir un producto o servicio. Entre los aspectos que interviene en su experiencia de calidad se muestran la atención del equipo, la apariencia de sus elementos físicos, los equipos, difusión de la marca y las operaciones de promoción.

Se debe tener en cuenta cinco criterios estratégicos para conseguir un nivel de calidad, mejorar la experiencia del cliente. (Ikusi, 2020, párr. 5-14)

Posicionamiento

Se puede puntualizar como una estrategia de branding que tiene como objetivo conseguir el primer lugar en la mente de los interesados. De esta manera, se desean traspasar unas características y valores definidos que ayudan a establecer dicha imagen, haciendo que los clientes la observen de una determinada manera.

Así, cuando una persona vaya a adquirir un producto determinado y tenga varias elecciones donde elegir, aquel que tenga un excelente posicionamiento en su mente, ya sea porque se asemeje más con la marca, porque sea más barato, porque sea de mayor particularidad, etc. (Rodríguez, 2020, párr. 2).

Morales (2020) El posicionamiento de mercado, en otras palabras, es la perspectiva, ventajosa o no, en la que se encuentra un producto o servicio, así como una compañía, en relación a sus competidores. No solo se está repartiendo de bienes y servicios, sino también de una empresa, el posicionamiento de mercado trata de valorar si la posición que irrumpe tu empresa, bien o servicio es la correcta, así como si podría ser superior (párr. 2).

Fiabilidad

La fiabilidad es el resultado de una cultura industrial determinada, de una manera de concebir el entorno propio y el ajeno y de aprovechar el conocimiento interno estableciendo equipos que sean capaces de entenderse y prosperar. Como siempre digo cuando ayudo a las empresas a optimizar sus procesos: parte de la solución o parte del problema. Tú decides. (Nieto, 2022, párr. 13).

Cardeño (2021) acota que la fiabilidad se delimita como la probabilidad de que un bien trabaje adecuadamente durante un período determinado bajo contextos operativos específicos. Aunque es un modo un poco simplificador de plantearlo, a grandes rasgos se suele testificar que la validez indica que una herramienta psicométrica mide verdaderamente el constructo que pretende medir, mientras que la fiabilidad se describe a si lo mide de forma correcta, sin errores (párr. 1-4).

Capítulo III.

Metodología

3.1. Diseño de Investigación

Experimental

La investigación experimental en un trabajo de investigación desarrollado usando el método científico en el que un conjunto de variables se conserva de manera constante mientras que otro conjunto de variables se utiliza como sujeto del experimento. Este tipo de diseño ayudara a intentar definir las variables que se deben observar, las relaciones entre los elementos, cómo se miden las variables y cómo se procederá a analizar los datos obtenidos.

3.1.1.. Tipo de Investigación

Para el desarrollo de este trabajo investigativo se utilizará tres tipos de investigación que fueron descriptivo porque se detalló cada uno de los resultados obtenidos, aplicativo dado a que para la recopilación de información se tuvo que de forma presencial aplicar la técnica escogida para observar las falencias del entorno y explicativo ya que por medio de su aplicación se pudo conocer las causas incidentes de los problemas en la Gobernación de la Provincia de Los Ríos.

Descriptivo

Para poder describir toda la información recabada, se usará el método descriptivo, ya que este método permite el avance del estudio del proyecto y se realizará una descripción de cada uno de los factores. (Arias, 2020, p. 3)

Aplicada

La investigación aplicada o práctica se caracteriza por la forma en que analiza la realidad social y aplica sus descubrimientos en la mejora de estrategias y actuaciones concretas, en el desarrollo y mejoramiento de éstas, lo que, además, permite desarrollar la creatividad e innovar, usa el conocimiento practicarlos, aplicarlos en beneficio de participar en estos procesos y toda la sociedad.

Explicativo

Este tipo de investigación será de utilidad en el desarrollo del proyecto investigativo porque hay una relación causal, no solo tratando de describir o resolver el problema, sino también tratando de encontrar su causa. Hay diseños experimentales y diseños no experimentales (Blanchard, 2018, párr. 5).

3.1.2. Población, muestra y unidad de análisis

Población

La población estará constituida por los usuarios que acuden a las instalaciones de la Gobernación de Los Ríos, el departamento de planificación de esta institución indicó que 15678 usuarios acudieron a sus instalaciones, en búsqueda de alguna información, realización de trámites o resolución de algún inconveniente que hayan presentado.

Muestra

La Gobernación de los Ríos tiene 15678 personas

N= población total

e= Nivel de error

Z= Nivel de confianza

σ = Varianza de la población

n= Muestra

En donde detallando cada valor queda de la siguiente manera

N= 15678 personas

e= 0.08

Z=1,96

σ =0,05

n= 149

Fórmula para sacar la muestra

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{e^2(N - 1) + \sigma^2 Z^2} = \frac{15678 * 0,05^2 * 1,96^2}{0,08^2(15678 - 1) + 0,05^2 * 1,96^2} = 149$$

La muestra a encuestar en este caso sería de 149

Unidad de análisis

Los usuarios que normalmente acuden en busca de los servicios de la Gobernación de los Ríos son de 15678 personas.

3.2. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Técnica

Encuesta

La encuesta fue una técnica destinada a obtener datos de varios usuarios de la Gobernación de Los Ríos, cuya opinión objetiva es de gran interés como investigadores. Para ello, se enumeran preguntas de opciones múltiples y preguntas de sí y no, dichas respuestas que ayudarán a detallar de forma estadísticas los resultados obtenidos.

Observación

Se utilizará la observación en esta institución, porque al mantener un contacto directo con el campo en estudio, se facilita percibir cuidadosamente los hechos o casos que llevan a conseguir los objetivos de la investigación; y la información que se recopila para su uso, y el posterior análisis y proceder con el desarrollo del trabajo.

Instrumento

Cuestionario

Para esta investigación se tomará como instrumento un cuestionario dirigido a los usuarios de la Gobernación de Los Ríos.

Ficha de observación

Las fichas de observación es una herramienta esencial para registrar información o datos de primera mano proporcionados por sujetos que experimentan problemas. Es ideal para la investigación de este proyecto.

3.3. Procedimientos y Análisis

La recolección de los datos se hizo por medio de procedimiento

- Se realizó un análisis documental para la elaboración de los instrumentos
- Se realizó la veracidad y que los instrumentos sean confiables
- Se solicitó el consentimiento del personal

3.4. Aspectos Éticos

La investigación redactada tendrá el consentimiento de las personas de este estudio; por medio de este documento se avala que el personal involucrado en la tesis ha participado de forma voluntaria, cooperando en el acatamiento del objetivo. También se incluirá la carta de la institución, en la que se manifiesta el consentimiento de la Gobernación de Los Ríos, con respecto al uso del nombre corporativo. Cabe recalcar que, en este trabajo investigativo se empleará el Código de Ética universitaria y se respeta la privacidad de todas las personas encuestadas; bajo este enfoque, la pesquisa lograda será empleada única y exclusivamente con fines académicos, por ende, se certifica la omisión de información que pueda lastimar la integridad de la población estudiada.

Capítulo IV.

Resultados y discusión

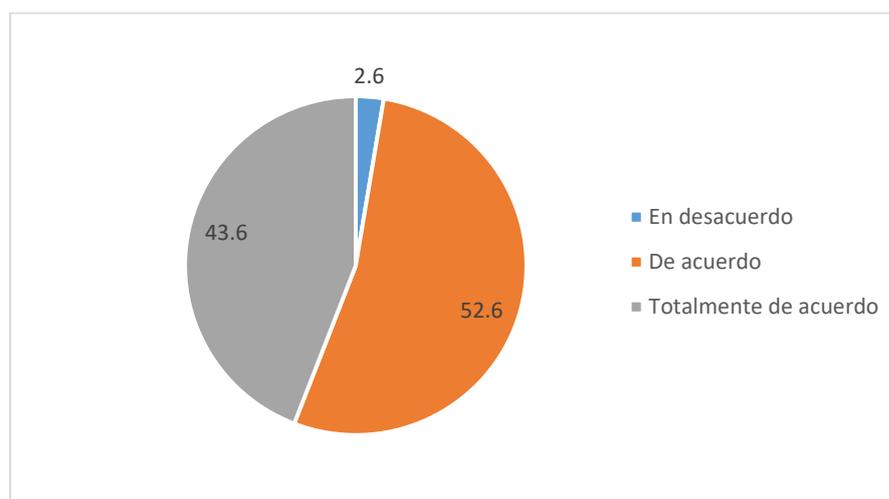
4.1. Resultados obtenidos en la investigación

A continuación, se presentan el análisis estadístico de cada dimensión de las variables Atención al usuario e Imagen Institucional.

Tabla 1.- ¿ La atención por parte de la Gobernación de Los Ríos están influyendo en la calidad del servicio que brinda?

Descripción	f _i	%
En desacuerdo	4	2,6
De acuerdo	80	52,6
Totalmente de acuerdo	65	43,6
Total	149	100,0

Figura 1.- ¿ La atención por parte de la Gobernación de Los Ríos están influyendo en la calidad del servicio que brinda?

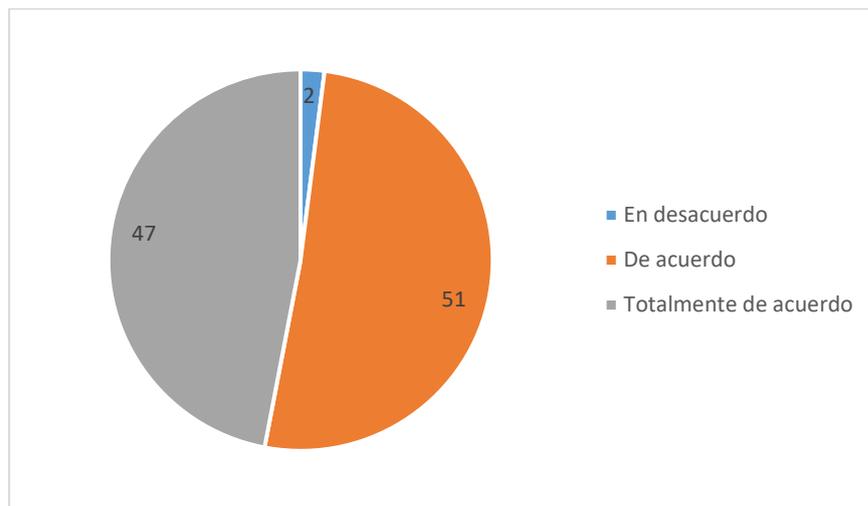


Interpretación. - De acuerdo a la tabla 1, los usuarios atendidos en la gobernación en un 52,6% están de acuerdo que los procesos de atención influyen en la calidad de servicio que se brinda al usuario.

Tabla 2 -¿Los medios de comunicación que viene utilizando la Gobernación fortalecen la atención al usuario?

Descripción	fi	%
En desacuerdo	3	2
De acuerdo	86	63
Totalmente de acuerdo	60	35
Total	149	100,0

Figura 2 - ¿ Los medios de comunicación que viene utilizando la Gobernación fortalecen la atención al usuario?

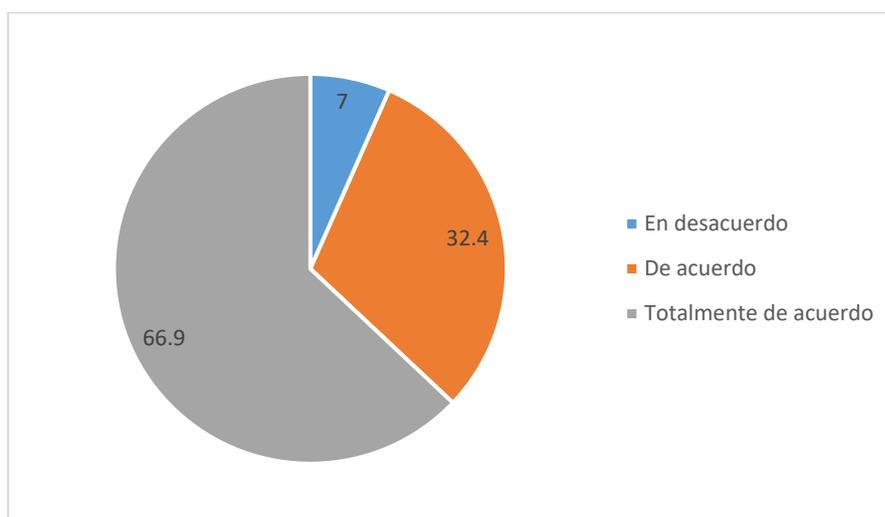


Interpretación. - Según los resultados de la tabla 2, los usuarios que acuden a la gobernación en un 63% están de acuerdo que la forma en la que se transmiten los mensajes por parte de la Gobernación afecta la atención de los mismos.

Tabla 3 - ¿Los tiempos de respuestas en la atención al usuario que viene dando la Gobernación es adecuada?

Descripción	fi	%
En desacuerdo	2	7
De acuerdo	48	32,4
Totalmente de acuerdo	99	66,9
Total	149	100,0

Figura 3- ¿Los tiempos de respuestas en la atención al usuario que viene dando la Gobernación es adecuada?

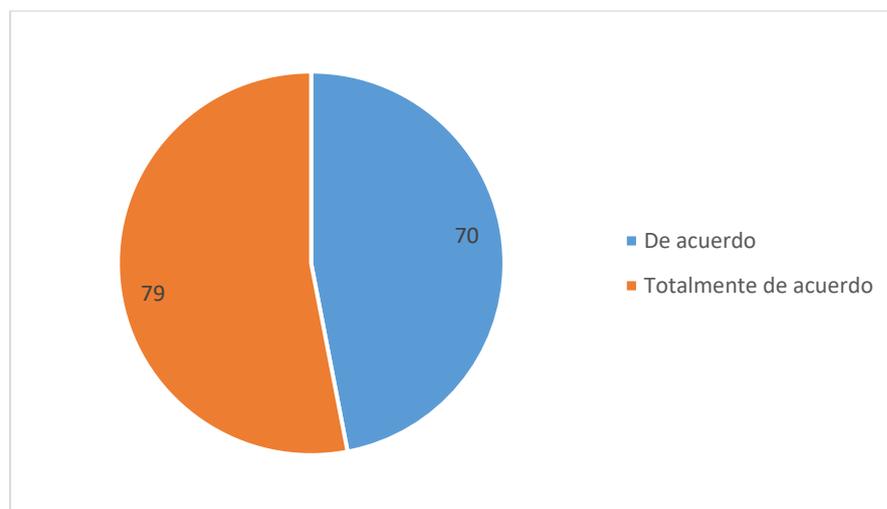


Interpretación. - Según los resultados de la tabla 3, los usuarios en un 66,9% están totalmente de acuerdo que es importante que se considere el tiempo que se toma para atender los requerimientos solicitados.

Tabla 4 - ¿ Las encuestas de satisfacción que se viene aplicando evidencian una mejora en la imagen institucional?

Descripción	fi	%
De acuerdo	70	46,1
Totalmente de acuerdo	79	52,00
Total	149	100,0

Figura 4 - ¿ Las encuestas de satisfacción que se viene aplicando evidencian una mejora en la imagen institucional?

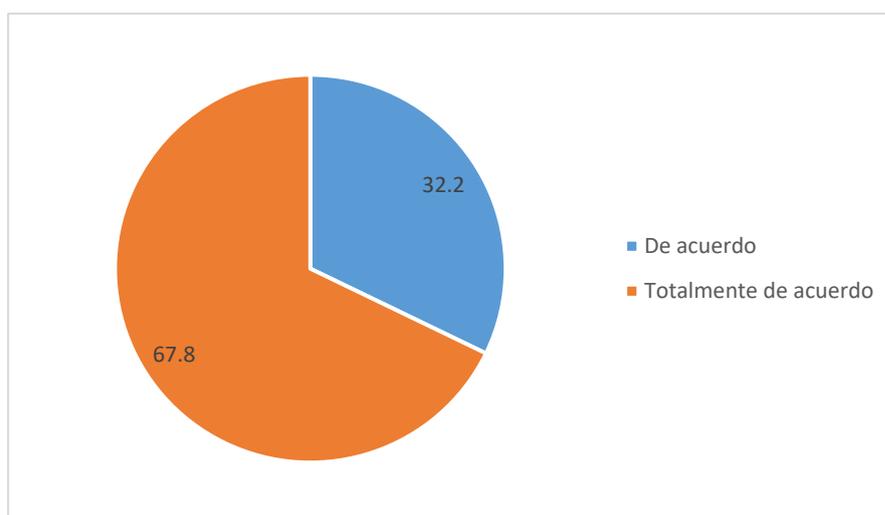


Interpretación. - Según la tabla 4, los usuarios están en un 79% totalmente de acuerdo que es necesario que dentro de la gobernación realicen encuestas de satisfacción hacia ellos, para que conozcan las posibles inconformidades que presenten.

Tabla 5 - ¿Los productos y servicios que ofrece la Gobernación están posesionando la imagen institucional?

Descripción	fi	%
De acuerdo	48	32,2
Totalmente de acuerdo	101	67,8
Total	149	100,0

Figura 5 - ¿Los productos y servicios que ofrece la Gobernación están posesionando la imagen institucional?

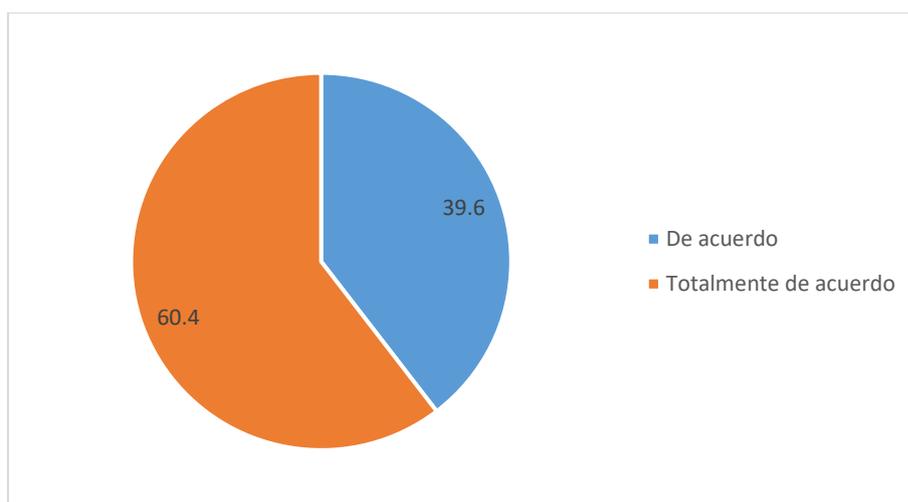


Interpretación. - Según la tabla 5, los usuarios en un 67,8% están totalmente de acuerdo que los productos y servicios que ofrecen en la Gobernación de la Provincia Los Ríos pueden posesionar la imagen institucional.

Tabla 6 - ¿Al estar publicando información útil e interesante a los usuarios mejoran su confianza en la institución

Descripción	fi	%
De acuerdo	59	39,6
Totalmente de acuerdo	90	60,4
Total	149	100,0

Figura 6 - ¿Al estar publicando información útil e interesante a los usuarios mejoran su confianza en la institución?



Interpretación. - Según los resultados de la tabla 12, los trabajadores están en un 60,4% totalmente de acuerdo que la publicación de información útil e interesante puede mejorar la fiabilidad de la institución en los usuarios.

4.2. Pruebas estadísticas aplicadas

Pruebas de Chi cuadrado de variables y dimensiones

Tabla 7 - Tabla cruzada entre variables Atención al usuario – Imagen institucional

		La imagen institucional (Agrupada)			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
La atención al usuario (Agrupada)		Recuento	11	28	0	39
	BAJO	Recuento esperado	2,9	23,0	13,1	39,0
		% del total	7,4%	18,8%	0,0%	26,2%
		Recuento	0	60	16	76
	MEDIO	Recuento esperado	5,6	44,9	25,5	76,0
		% del total	0,0%	40,3%	10,7%	51,0%
		Recuento	0	0	34	34
	ALTO	Recuento esperado	2,5	20,1	11,4	34,0
		% del total	0,0%	0,0%	22,8%	22,8%
Recuento		11	88	50	149	
Total	Recuento esperado	11,0	88,0	50,0	149,0	
	% del total	7,4%	59,1%	33,6%	100,0%	

Tabla 8 - Prueba de Chi cuadrado entre las variables Atención al usuario – Imagen institucional

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	118,624 ^a	4	,000
N de casos válidos	149		

Interpretación. - según la tabla 7 Pruebas chi cuadrado, se observa que la significación asintótica (bilateral) es de $0,000 < 0,5$, esto indica que se rechaza la H_0 : La atención al usuario no influye en la imagen institucional y se acepta la H_a : La atención al usuario si influye en la imagen institucional.

Tabla 9 - Tabla cruzada entre protocolos de atención – imagen institucional

		La imagen institucional (Agrupada)			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
Protocolos de atención (Agrupada)	BAJO	Recuento	11	44	9	64
		Recuento esperado	4,7	37,8	21,5	64,0
		% del total	7,4%	29,5%	6,0%	43,0%
	MEDIO	Recuento	0	44	2	46
		Recuento esperado	3,4	27,2	15,4	46,0
		% del total	0,0%	29,5%	1,3%	30,9%
	ALTO	Recuento	0	0	39	39
		Recuento esperado	2,9	23,0	13,1	39,0
		% del total	0,0%	0,0%	26,2%	26,2%
Total	Recuento	11	88	50	149	
	Recuento esperado	11,0	88,0	50,0	149,0	
	% del total	7,4%	59,1%	33,6%	100,0%	

Tabla 10 - Prueba Chi cuadrado entre dimensión protocolos de atención – imagen institucional

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	119,340 ^a	4	,000
N de casos válidos	149		

Interpretación. - según la tabla 8 Pruebas chi cuadrado, se observa que la significación asintótica (bilateral) es de $0,000 < 0,05$, esto indica que se rechaza la H_0 : La dimensión protocolos de atención no influye en la imagen institucional y se acepta la H_a : La dimensión protocolos de atención si influye en la imagen institucional.

Tabla 11- Tabla cruzada de Comunicación- Imagen institucional

		La imagen institucional (Agrupada)			Total	
		BAJO	MEDIO	ALTO		
		Recuento	11	29	0	40
Comunicación (Agrupada)	BAJO	Recuento esperado	3,0	23,6	13,4	40,0
		% del total	7,4%	19,5%	0,0%	26,8%
		Recuento	0	59	16	75
	MEDIO	Recuento esperado	5,5	44,3	25,2	75,0
		% del total	0,0%	39,6%	10,7%	50,3%
		Recuento	0	0	34	34
	ALTO	Recuento esperado	2,5	20,1	11,4	34,0
		% del total	0,0%	0,0%	22,8%	22,8%
		Recuento	11	88	50	149
Total		Recuento esperado	11,0	88,0	50,0	149,0
		% del total	7,4%	59,1%	33,6%	100,0%

Tabla 12 - Prueba de Chi cuadrado entre las dimensiones Comunicación – Imagen institucional

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	117,652a	4	,000
N de casos válidos	149		

Interpretación. - según la tabla 9 Pruebas chi cuadrado, se observa que la significación asintótica (bilateral) es de 0,000 <0.05, esto indica que se rechaza la Ho: La dimensión Comunicación no influye en la Imagen institucional, y se acepta la Ha: La dimensión Comunicación si influye en la Imagen Institucional.

Tabla 13 - Tabla cruzada entre Eficiencia de servicio – Imagen institucional

			La imagen institucional (Agrupada)			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
Eficiencia del servicio (Agrupada)	BAJO	Recuento	11	29	0	40
		Recuento esperado	3,0	23,6	13,4	40,0
		% del total	7,4%	19,5%	0,0%	26,8%
	MEDIO	Recuento	0	52	0	52
		Recuento esperado	3,8	30,7	17,4	52,0
		% del total	0,0%	34,9%	0,0%	34,9%
	ALTO	Recuento	0	7	50	57
		Recuento esperado	4,2	33,7	19,1	57,0
		% del total	0,0%	4,7%	33,6%	38,3%
Total	Recuento	11	88	50	149	
	Recuento esperado	11,0	88,0	50,0	149,0	
	% del total	7,4%	59,1%	33,6%	100,0%	

Tabla 14 - Prueba Chi cuadrado entre dimensión Eficiencia de servicio – Imagen institucional

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	147,777 ^a	4	,000
N de casos válidos	149		

Interpretación. - según la tabla 10 Pruebas chi cuadrado, se observa que la significación asintótica (bilateral) es de $0,000 < 0,05$, esto indica que se rechaza la H_0 : La dimensión Eficiencia de servicio no influye en la imagen institucional, y se acepta la H_a : La dimensión Eficiencia de servicio si influye en la Imagen Institucional.

Prueba de normalidad

Tabla 15 - Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov

Prueba de normalidad Variables	Kolmogorov Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Atención al usuario	,141	149	,000
Imagen institucional	,149	149	,000

Interpretación. - Según la tabla 7 donde se observa la prueba de Kolmogorov Smirnov para muestras mayores a 50 ($n > 50$) que permite para probar la normalidad de los datos de las variables, esta refleja que los niveles de significancia de la atención al usuario e imagen institucional son menores al 5% ($p < 0.05$), mostrando que es una distribución no normal, dado a ese resultado es necesario utilizar pruebas paramétricas de correlación.

Correlaciones entre variables y dimensiones

Tabla 16 - Correlación entre las variables Atención del usuario e Imagen Institucional

			Atención del usuario	Imagen Institucional
Rho Spearman	Atención del usuario	Coeficiente de correlación	1,000	,938**
		Sig. (bilateral)	0.05	,000
		N	149	149
	Imagen Institucional	Coeficiente de correlación	,938**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	0.05
		N	149	149

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación. - los resultados de la tabla 12 arroja que entre las variables atención del usuario e Imagen institucional se maneja una correlación significativa alta (0.938), ubicándose en el nivel $p < 0,01$.

Tabla 17 - Correlación entre dimensiones Protocolos de atención – Imagen Institucional

		Protocolos de atención	Imagen Institucional
Rho Spearman	Protocolos de atención	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,869**
		N	0,05
			149
	Imagen Institucional	Coeficiente de correlación	,869**
		Sig. (bilateral)	1,000
		,000	
		0,05	
		N	149

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación. - los resultados de la tabla 13 arroja que entre la dimensión Protocolos de atención e Imagen Institucional se maneja una correlación significativa alta (0.869), ubicándose en el nivel $p < 0.01$.

Tabla 18 - Correlación entre dimensiones Comunicación- Imagen Institucional

		Comunicación	Imagen Institucional	
Rho Spearman	Comunicación	Coefficiente de correlación	1,000	,864
		Sig. (bilateral)	0,05	,000
		N	149	149
	Imagen Institucional	Coefficiente de correlación	,864	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	0,05
		N	149	149

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación. - los resultados de la tabla 13 arroja que entre la dimensión Comunicación e Imagen Institucional se maneja una correlación significativa alta (0.864), ubicándose en el nivel $p < 0.01$.

Tabla 19 - Correlación entre dimensiones Eficiencia de servicio – Imagen Institucional

		Eficiencia de servicio	Imagen institucional
Rho Spearman	Eficiencia de servicio	Coficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,906**
			0,05
		N	149
	Imagen Institucional	Coficiente de correlación	,906**
		Sig. (bilateral)	1,000
		,000	
	N	149	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación. - los resultados de la tabla 13 arroja que entre la dimensión Eficiencia Laboral y Calidad de servicio se maneja una correlación significativa alta (0.906), ubicándose en el nivel $p < 0.01$.

4.3. Discusión de resultados

En relación a los resultados obtenidos en la investigación sobre la atención en los usuarios y su incidencia en la imagen institucional en la Gobernación de la Provincia Los Ríos, se puede evidenciar en la Tabla 1 conforme a los procesos de atención por parte de la entidad sobre la influencia en la calidad de servicio que brinda a los usuarios que el 52,6% están de acuerdo que los procedimientos aplicados para entregar el servicio influye en la calidad de la misma, un 43,6% estuvieron totalmente de acuerdo con esta pregunta, sin embargo, un 2,6% mostraron su desacuerdo a esto, mostrando de forma significativa que una mala atención al usuario afectaría la imagen que se tiene sobre la institución. A esto se puede argumentar según Hammond (2021) que en cualquier entidad se requiere de un protocolo de servicio para el cliente ya que esto es una pauta que describe la forma en la que los trabajadores deben proceder con los clientes cuando crean un contacto; así mismo lo destaca Silva D (2021) este tipo de guía busca unificar opiniones e ideas sobre lo que refiere una buena atención.

Seguido de esto, se presenta la Tabla 2 donde se indaga sobre la forma en la que el mensaje que transmite la Gobernación de Los Ríos afecta la atención a los usuarios, en donde en respuesta a esto el 51% de los usuarios destacaron su acuerdo que en calidad de atención no se maneja una manera apropiada para transmitir la información requerida lo que hace que su atención se vea afectada, un 47% estuvieron totalmente de acuerdo con esta interrogante, y un mínimo de 2% mostraron su desacuerdo. Considerando que Silva (2020) menciona que una comunicación comercial permite influir la disposición de compra del cliente o a su vez generar una actitud positiva en el usuario hacia alguna organización. También se es necesario que las empresas u organización deben precisar de personas que transmitan valores de forma legítima y transparente.

En la Tabla 3 se cuestiona la importancia del tiempo que los trabajadores se toman para atender el requerimiento de los usuarios, a lo que los mismo respondieron en un 66,9% su total acuerdo, que prestan el tiempo para escuchar las necesidades o inquietudes, un 32,4% se mostraron de acuerdo con la pregunta, pero un 7% indicaron que no han recibido el tiempo adecuado para su servicio, lo que ha generado cierta inconformidad sobre el manejo de atención al usuario, y en su correlación se presenta una significancia baja. A esto Díaz (2021) dice que la calidad en la atención al cliente debe asemejarse a las estrategias utilizadas para tener la certificación de la satisfacción; para ello Caravaca (2022) brinda ciertas características que

pueden ayudar a este objetivo, y en esta se da la capacitación del personal, las rutas de solución de problemas, uso de la tecnología, empoderamiento y el análisis y optimización.

También se muestra la Tabla 4 que se plantea la necesidad de la aplicación de una encuesta de satisfacción a los usuarios, para ello un 52% de usuarios estuvieron totalmente de acuerdo en que es necesario que se apliquen este tipo de cuestionarios para que la organización conozca las posibles inquietudes que pueden los clientes tener por el servicio recibido, de la misma manera un 46,1% estuvo de acuerdo con esta interrogante, A ello Cardozo (2021) manifiesta que la calidad de servicio es un conjunto de habilidades y acciones que buscan la mejora del servicio al cliente, y para ello considera unos “Principios de Marketing” que determinan esta calidad, y se basan en confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibilidad.

En la Tabla 5, se trata la interrogante sobre, el posicionamiento de la imagen institucional de la Gobernación de la Provincia Los Ríos por los productos y servicio que ofrece, donde los usuarios en 67.8% estuvo totalmente de acuerdo que estas actividades tienen influencia en la perspectiva que las personas pueden tener de la organización, un 32,2% de la misma manera se encuentran e acuerdo con esta interrogante. De manera conceptual se puede apoyar esto con lo que Rodríguez (2020) donde destaca que el posicionamiento es una estrategia que busca ubicar en primer lugar a una organización traspasando características y valores definidos que puede establecer una imagen. También Morales (2020) indica que, en otras palabras, es la perspectiva, tenga o no ventaja, de algún producto o servicio.

Para finalizar, se presenta los resultados de la Tabla 6 donde se plantea la interrogante sobre la mejora de la fiabilidad de la institución al publicar información útil e interesante a los usuarios, donde en un 60,4% de ellos están totalmente de acuerdo que este tipo de estrategia puede generar confianza en los servicios ofrecidos, y de la misma manera un 39,6% están de acuerdo con esta pregunta. Nieto (2022) menciona que la fiabilidad es el resultado de una cultura industrial determinada, donde se aprovecha del conocimiento interno donde se establezcan equipos que sean capaces de entenderse, así mismo recalca Cardeño (2021) este término refiere a la probabilidad del trabajo realizado durante un tiempo determinado bajo contextos operativos específicos.

Capítulo V.

Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

Dado a los resultados obtenidos en la investigación, la atención al usuario incide en la imagen institucional en la Gobernación de Los Ríos, según la correlación de una manera significativa alta con un $p < 0,01$, es decir, que ambas variables se relacionan de forma directa.

Entre las características puntuales que evidencian la atención a los usuarios en la Gobernación de la Provincia de Los Ríos se destacan según los niveles de correlación, en primer lugar, atención al usuario, seguido de la eficiencia del servicio, protocolos de atención y por último la comunicación, considerando que la significancia de cada dimensión se muestra en valores menores a 0,01.

Uno de los elementos que destacan es la incidencia generada por la atención al usuario en la imagen institucional en la Gobernación de Los Ríos, según los estadísticos tiene una correlación significativa alta de 0,938, es decir, esta atención entregada a los usuarios incide en la imagen que puede poseer la organización. También tenemos a la eficiencia del servicio donde se ratifica el pedido frecuente de todos los usuarios, acompañado de los protocolos de servicio al cliente y el tiempo que se le presta a las necesidades e inquietudes que estos muestran.

Por último, según los resultados que se obtuvieron en niveles altos de correlación, los factores que inciden en la imagen institucional es la comunicación, puesto que para los usuarios la manera en cómo reciben información no es considerada tan eficiente, también el uso de encuestas de satisfacción que para los usuarios serviría como ayuda para que los colaboradores de la institución reconozcan las posibles fallas que la entidad este presentando en su servicio.

5.2. Recomendaciones

La atención a los usuarios en una entidad u organización es de suma importancia para que sea uno de los puntos positivos para mantener el progreso institucional, en ese sentido, se recomienda a la Gobernación de Los Ríos que se tome en cuenta los factores que marcan las deficiencias que se han detectado para establecer estrategias de mejora que permitan brindar un mejor servicio al usuario.

Es necesario que la Gobernación de Los Ríos tome en consideración de forma completa cada uno de los protocolos que los servidores deben manejar en el momento que se brinda la atención a los usuarios, para que estos puedan recibir un servicio ágil y de mayor calidad, situando a la institución en una adecuada posición frente a los ciudadanos.

Otra recomendación que fueron sugeridas por los usuarios, es la realización de encuestas de satisfacción, esto con el fin de que se pueda identificar el nivel de aceptación que la organización tiene por parte de los clientes de tal manera que si se da alguna inconformidad se puedan mejorar.

Es recomendable que la Gobernación de Los Ríos tomen en cuenta la capacitación constante a los trabajadores sobre el servicio al cliente, con la finalidad de que tengan los conocimientos apropiados para responder con asertividad a alguna queja, reclamo o inquietud que el usuario pueda tener.

Capítulo VI.

Bibliografía

- Albrecht, K. (2017). *Servicio al cliente interno*. Madrid: Ediciones Paidós Ibérica.
- Arrieta, G. (18 de Septiembre de 2020). *La importancia de una imagen corporativa*. Obtenido de Utel Internacional: <https://utel.edu.mx/blog/tendencias/la-importancia-de-una-imagen-corporativa/>
- Blanchard, K. (2018). *Saber y hacer*. Caracas: Editorial Norma.
- Blanco, M. Á. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. Madrid: IC Editorial.
- Caravaca, E. M. (21 de Enero de 2022). *Calidad en la atención al cliente*. Obtenido de Andalucía: <https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/>
- Cardeño, A. (19 de Marzo de 2021). *¿Qué es fiabilidad y un ejemplo?* Obtenido de Aleph: <https://aleph.org.mx/que-es-fiabilidad-y-un-ejemplo>
- CARDOZO, L. (1 de Marzo de 2021). *Qué es la calidad de servicio*. Obtenido de Bliñog de Zenvia: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/#:~:text=Es%20un%20conjunto%20de%20estrategias,salir%20con%20una%20buena%20impresi%C3%B3n.>
- CIPER ACADÉMICO. (03 de 11 de 2021). *El usuario y el personal de salud causas y soluciones àra una relacion asimétrica*. Obtenido de CIPER ACADÉMICO: <https://www.ciperchile.cl/2021/03/11/el-usuario-y-el-personal-de-salud-causas-y-soluciones-para-una-relacion-asimetrica/#>
- Defensoría Pública del Ecuador . (16 de enero de 2020). *Los Ríos: Fortalecimiento de la atención a los usuarios, eje de la visita del Defensor Público General a esta provincia*. Obtenido de Defensoría Pública del Ecuador : <https://www.defensoria.gob.ec/?project=los-rios-fortalecimiento-de-la-atencion-a-los-usuarios-eje-de-la-visita-del-defensor-publico-general-a-esta-provincia>
- Díaz, C. (2018). *la Calidad del Servicio a partir del Criterio Diferentes Autores Nacionales e Internacionales*. Colombia: Universidad de colombia.
- Díaz, J. (19 de Enero de 2021). *Cómo mejorar la eficiencia del servicio al cliente*. Obtenido de Emprendices: <https://www.emprendices.co/mejorar-eficiencia-servicio-cliente/>
- El Universo. (06 de Junio de 2021). *Vicepresidente Alfredo Borrero evidenció falencias en la atención a pacientes en hospitales de Los Ríos*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/vicepresidente-alfredo-borrero-evidencio-falencias-en-la-atencion-a-pacientes-en-hospitales-de-los-rios-nota/>
- Farroñán, R., & Palomino, V. (2 de febrero de 2020). *Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: camino al cambio empresarial*. Obtenido de Revista Universidad y Sociedad: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100292

- Ganga, F. A. (2019). *Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Mont.* Chile: Revista chilena de ingeniería.
- García, L. (2018). *Recepción y atención al cliente.* México: Thomson Paraninfo, S.A.
- Garibay, J. (23 de 01 de 2021). *Estas son las claves de atención al cliente en México.* Obtenido de MERCA2.0: <https://www.merca20.com/estas-son-las-claves-de-atencion-al-cliente-en-mexico/>
- Hammond, M. (01 de Noviembre de 2021). *¿Qué es un protocolo de servicio al cliente?* Obtenido de Hub Spot: <https://blog.hubspot.es/service/protocolo-servicio-cliente>
- Ikusi. (11 de Julio de 2020). *4 consejos para ofrecer calidad en el servicio al cliente.* Obtenido de Ikusi: <https://www.ikusi.com/es/blog/calidad-en-el-servicio-al-cliente/>
- Maria, E. (2018). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente.* Argentina: Editorial Paraninfo.
- Morales, F. C. (17 de Mayo de 2020). *Posicionamiento de mercado.* Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/posicionamiento-de-mercado.html>
- Nieto, N. (10 de Febrero de 2022). *Fiabilidad: imprescindible para el éxito de una empresa industrial.* Obtenido de Branding Industrial: <https://www.brandingindustrial.com/2021/02/10/fiabilidad-imprescindible-para-exito-de-empresa-industrial/#:~:text=La%20fiabilidad%20es%20el%20resultado,capaces%20de%20entenderse%20y%20avanzar.>
- Pascal. (28 de Febrero de 2020). *Las 8 habilidades y características que deberías considerar para el servicio de atención al cliente.* Obtenido de Digital Customer Service: <https://www.userlike.com/es/blog/habilidades-servicio-al-cliente>
- Perez, M. (2015). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente.* España: Editorial Mc. Graw Hill.
- Porporatto, M. (Agosto de 2021). *Atención al cliente.* Obtenido de Universidad Indoamérica: <https://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>
- Quito informa . (19 de agosto de 2019). *Agua de Quito se renueva para mejorar la atención al cliente.* Obtenido de Epmaps: <http://www.quitoinforma.gob.ec/2019/08/27/agua-de-quito-se-renueva-para-mejorar-la-atencion-al-cliente/>
- RODRÍGUEZ, E. (19 de Junio de 2020). *5 estrategias de posicionamiento de marca.* Obtenido de seo estudios: <https://www.seoestudios.es/blog/estrategias-de-posicionamiento-de-marca/>
- Sabec, G. M. (19 de octubre de 2019). *Defensa del Consumidor: Nuevas regulaciones para los canales de Atención al Cliente.* Obtenido de Gastón Miani y Romina Sabec : <https://abogados.com.ar/defensa-del-consumidor-nuevas-regulaciones-para-los-canales-de-atencion-al-cliente/29267>
- Sagastuy, G. .. (2015). *Diagnóstico para mejorar la calidad de servicio al cliente.* Colombia: Universidad Católica de Colombia.

- Salas, C. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente*. Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Salazar, W. &. (2018). *Diagnóstico de la calidad de servicio en la atención al cliente*,. Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (26 de abril de 2018). *Calidad en los servicios públicos*. Obtenido de Servicio de Acreditación Ecuatoriano: <https://www.acreditacion.gob.ec/calidad-en-los-servicios-publicos/>
- Silva, D. (3 de Julio de 2020). *Comunicación comercial y atención al cliente: 8 claves para lograr empatía y lealtad*. Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/comunicacion-comercial-atencion-al-cliente/>
- Silva, D. (30 de Abril de 2021). *Protocolo de atención y servicio al cliente: ¿qué es, por qué es importante para tu empresa, cómo hacerlo y cuáles son sus ventajas?* Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/protocolo-de-atencion-al-cliente/>
- Silva, D. d. (01 de junio de 2020). *¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad*. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/#:~:text=El%20servicio%20al%20cliente%2C%20conocido,y%20despu%C3%A9s%20de%20la%20venta.>
- Silva, D. d. (3 de Julio de 2020). *Comunicación comercial y atención al cliente: 8 claves para lograr empatía y lealtad*. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/comunicacion-comercial-atencion-al-cliente/#:~:text=Es%20aquel%20tipo%20de%20comunicaci%C3%B3n,servicio%20al%20cliente%2C%20requiere%20asertividad.>
- Silva, D. d. (18 de Agosto de 2020). *Tipos de servicio al cliente: brinda a tu cliente la mejor atención*. Obtenido de Web Content & SEO Associate, LATAM: <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-de-servicio-al-cliente/>
- Sordo, A. I. (31 de Mayo de 2021). *Imagen corporativa: ¿qué es y en qué se diferencia de la identidad corporativa?* Obtenido de Hub Spot: <https://blog.hubspot.es/marketing/imagen-corporativa>
- TRANSVIAL E. (01 de Enero de 2022). *TRANSVIAL EP INICIA PROCESO DE MATRICULACIÓN VEHICULAR 2022*. Obtenido de TRANSVIAL E: <http://transvialep.gob.ec/noticia/40>
- UTE. (05 de enero de 2018). *LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL SECTOR PÚBLICO SE INVESTIGA EN LA UTE*. Obtenido de UTE: <https://www.ute.edu.ec/calidad-del-servicio-al-cliente-sector-publico-se-investiga-la-ute/>

Anexos

CUESTIONARIO

Leyenda de respuestas

TD Totalmente en Desacuerdo

D En Desacuerdo

NO No Opina

A De Acuerdo

TA Totalmente De Acuerdo

Preguntas / Enunciados		TD	D	NO	A	TA
Atención al usuario		1	2	3	4	5
Protocolos de atención						
1	La aplicación de procesos de atención al cliente se está fortaleciendo a través del contacto con el usuario					
2	La atención por parte de la Gobernación de Los Ríos está influyendo en la calidad del servicio que brinda					
3	La atención brindada en la Gobernación de Los Ríos está generando satisfacción en los usuarios					
Comunicación						
4	¿La comunicación al público que viene generando la Gobernación impacta el servicio de atención a los usuarios?					
5	Los usuarios están evidenciando disposición al momento de ser atendidos en la Gobernación					
6	Los medios de comunicación que viene utilizando la Gobernación fortalecen la atención al usuario					
Eficiencia del servicio						
7	Los tiempos de atención al usuario en la Gobernación evidencian un servicio eficiente					
8	Los tiempos de respuestas en la atención al usuario que viene dando la Gobernación es adecuada					
9	La atención al usuario que se viene brindando le genera satisfacción al cliente					

Imagen institucional						
Calidad de Servicio						
10	Las quejas por el servicio brindado en la Gobernación de Los Ríos está afectando la imagen institucional					
11	Las encuestas de satisfacción que se viene aplicando evidencian una mejora en la imagen institucional					
12	El buzón de sugerencias viene ayudando a mejorar la calidad del servicio institucional					
Posicionamiento						
13	La población se viene sintiendo identificada con la gestión institucional de la Gobernación					
14	Los valores institucionales de la Gobernación que se vienen dando posesiona la imagen institucional					
15	Los productos y servicios que ofrece la Gobernación están posesionando la imagen institucional					
Fiabilidad						
16	Al estar publicando información útil e interesante a los usuarios mejoran su confianza en la institución					
17	Los testimonios de los usuarios vienen influyendo en la confianza sobre la imagen institucional					
18	La opinión pública está percibiendo una adecuada imagen institucional de la Gobernación					

Operacionalización de las variables

Autor(a):	Kenny Alfonso Torres Toapanta			
Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítem / Instrumento
Independiente: La atención al usuario	La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o un servicio (Arenal, 2019, p.7) Arenal, C (2019) Gestión de la atención al cliente / consumidor	Protocolos de atención Comunicación Eficiencia del servicio	Contacto con usuario Proceso de atención Fin de la atención Emisor Receptor Canal Tiempo de atención Tiempo de respuesta Satisfacción del cliente	Guía de observación, guía de entrevistas, Bitácora, notas de campo
Dependiente: Imagen institucional	La imagen corporativa es la percepción que se tiene de la institución como un todo global, como un “cuerpo” (de allí que empleemos el adjetivo corporativo). Es la representación colectiva de un discurso imaginario. Se define como el resultado de la interacción de los cuatro vectores: Identidad, Acción, Cultura y Comunicación. (González, 1996, p.1) González, C (1996) Imagen Corporativa	Calidad de Servicio Posicionamiento Fiabilidad	Número de quejas Encuestas de satisfacción Buzón de sugerencia Identidad Valores Productos y servicios Contenido de Valor Testimonios Opinión pública	Matriz de análisis documental, guía de entrevistas, Bitácora, notas de campo

Babahoyo, 26 de agosto 2022

Señor:

Ing. Kenny Torres Toapanta

Maestrante en Administración Pública (UTB)

Presente

De mis consideraciones

Dando contestación a la solicitud realizada sobre cuantos usuarios fueron atendidos en la Gobernación de Los Ríos y sus dependencias (Jefaturas, Tenencias Políticas y Comisarías de Policía) en el año 2021, me permito indicar que revisados los archivos de la institución el número de ciudadanos atendidos fue 15678.

Particular que informo para los fines pertinentes.

Atentamente,



Lotty Ulloa

Analista de Planificación.



GOBERNACIÓN
DE LOS RÍOS

Secretaría General de Comunicación de la Presidencia

Dirección: Chile OE6-21 y Benalcazar
Código postal: 170401 / Quito-Ecuador
Teléfono: +593-2 382 7000
www.comunicacion.gub.ec



Escaneado con CamScanner

Babahoyo 01 de septiembre del 2022

Ingeniera

Connie Jiménez Romero

Gobernadora de la Provincia de los Ríos

Presente

De mis consideraciones

Expreso un cordial saludo y éxitos sus funciones.

Yo, **Kenny Alfonso Torres Toapanta** con numero de cedula, **1205910993**, estudiante del Programa de Maestría en Administración Pública de la Universidad Técnica de Babahoyo, deseo que me permita realizar una encuesta para recopilación de datos entre el maestrante y los usuarios de la gobernación, el objeto principal de esta investigación es realizar un estudio de viabilidad e identificar la incidencia que tiene la atención a los usuarios en la imagen institucional.

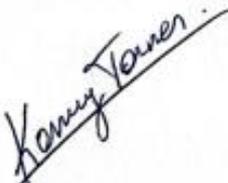
Mi tema de investigaciones es "La atención al usuario y su incidencia en la imagen institucional de la Gobernación de la Provincia de Los Ríos"

Por lo tanto, le solicito que tenga la amabilidad de otorgar el permiso para realizar encuestas entre el maestrante y los usuarios de la gobernación, mediante un enlace en internet

La información proporcionada por los usuarios y el maestrante, se mantendrá confidencial y se utilizará únicamente con fines académicos.

Por la atención y aceptación que se al presente, reitero mis sinceros agradecimientos.

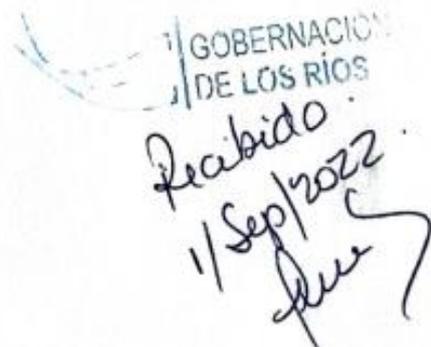
Atentamente,



Ing. Kenny Torres Toapanta

Maestrante

C.I. 1205910993



GOBERNACION
DE LOS RIOS
Recibido
11 Sep 2022
[Signature]

Babahoyo 05 de septiembre del 2022

Ingeniero

Kenny Torres Toapanta

Estudiante del Programa de Maestría en Administración Pública

de la Universidad Técnica de Babahoyo.

Presente.-

De mis consideraciones

Por medio de la presente nos permitimos informar a usted que el requerimiento realizado en el documento S/N de fecha 1 de septiembre del 2022, ha sido aprobado y se extiende la autorización para la ejecución de encuestas entre los usuarios de la institución.

Reiteramos a usted la responsabilidad de utilizar la información que se entregue o se tabule con fines académicos de manera exclusiva.

Particular que informo para los fines pertinentes.



Ing. Connie Jiménez Romero

Gobernadora de Los Ríos



GOBERNACIÓN
DE LOS RÍOS

Secretaría General de Comunicación de la Presidencia

Dirección: Chile OE6-21 y Benalcazar
Código postal: 170401 / Quito-Ecuador
Teléfono: +593-2-542 7000
www.comunicacion.gob.ec

