



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

PROYECTO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

LICENCIADA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TEMA:

DISEÑO DE UNA GUÍA DE ETIQUETA Y PROTOCOLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA EMAPAST EP DE LA CIUDAD DE PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA, PERÍODO 2015

AUTORA:

ALBA SOBEIDA RODRÍGUEZ ORTIZ

PUYO – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Srta. ALBA SOBEIDA RODRÍGUEZ ORTIZ, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

.....
Ing. Edinson Patricio Palacios Trujillo

DIRECTOR

.....
Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Alba Sobeida Rodríguez Ortiz, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 11 de diciembre del 2015

Alba Sobeida Rodríguez Ortiz

1600416083

DEDICATORIA

Con profunda emoción y consecuente consigo mismo, el presente trabajo dedico a Dios, quien ha sabido animarme permanentemente para alcanzar este gran objetivo, así mismo debo acudir en la dedicatoria a Adenis, Ronal y Matías mis hijos, semilla viviente y que animo a seguir el ejemplo de superación y permanente búsqueda del bien común.

Alba

AGRADECIMIENTO

Debo iniciar, agradeciendo a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, templo del saber en base a la dedicación y trabajo del talento humano que labora en esta institución educativa, hacer extensivo mi agradecimiento a la Facultad de Administración de Empresas, que me ha permitido ser parte viva como estudiante; finalmente, un reconocimiento imperecedero a mi Director Ing. Edinson Palacios y a mi Tutora Ing. Maritza Rodríguez, quienes me han permitido a través de su guía culminar con éxito el presente trabajo investigativo.

Alba

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	ii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	x
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
EXECUTIVE SUMMARY	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1. Formulación del problema	5
1.1.2. Delimitación del problema	5
1.2. JUSTIFICACIÓN	5
1.3. OBJETIVOS	6
1.3.1. General	6
1.3.2. Específicos	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	8
2.1.1. Antecedentes históricos	8
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
2.2.1. Categorías de la variable independiente: Guía de etiqueta y protocolo	11

2.2.2. Categorías de la variable dependiente: Imagen corporativa	24
2.3. IDEA A DEFENDER	34
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	35
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.1.1. Enfoque	35
3.1.3. De campo	36
3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	36
3.2.1. Investigación exploratoria	36
3.2.2. Investigación descriptiva	36
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	37
3.3.1. Población	37
3.3.2. Muestra	37
3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	38
3.4.1. Métodos	38
3.4.2. Técnicas	40
3.4.3. Instrumentos	40
3.5. RESULTADOS	41
3.5.1. Encuestas a los clientes externos	41
3.5.2. Encuesta a los clientes internos	47
3.5.3. Entrevistas a los directivos de EMAPAST EP	53
3.6. IDEA A DEFENDER	54
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO	55
4.1. TÍTULO	55
4.1.1. Antecedentes de la propuesta	55
4.1.2. Justificación	56
4.1.3. Fundamentación	57
4.1.4. Objetivos de la propuesta	58
4.1.5. La empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP	59
4.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA	61
4.2.1. Etiqueta	61
4.2.2. Protocolo	95
CONCLUSIONES	105

RECOMENDACIONES	106
BIBLIOGRAFÍA	107
ANEXOS	111

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Modelos tradicionales de jerarquía de efectos	32
Cuadro 2: Población	37
Cuadro 3: Trato recibido	41
Cuadro 4: Motivación para atender a usuarios	42
Cuadro 5: Apariencia personal	43
Cuadro 6: Servicios que presta EMAPAST EP	44
Cuadro 7: Posición de la imagen de EMAPAST EP	45
Cuadro 8: Recomendaciones para fortalecer normas de etiqueta y protocolo	46
Cuadro 9: Conocimiento empleo etiqueta y protocolo	47
Cuadro 10: Trato entregado a los clientes internos y externos	48
Cuadro 11: Orden de importancia hábitos frecuentes	49
Cuadro 12: Imagen EMAPAST EP es conocida en la comunidad	50
Cuadro 13: Capacitación etiqueta y protocolo	51
Cuadro 14: Recomendación para fortalecer normas etiqueta y protocolo	52
Cuadro 15: Composición de la guía	61
Cuadro 16: Etiqueta para fumar	69
Cuadro 17: Elementos de cortesía	84
Cuadro 18: Los tratamiento oficiales	97

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración No. 1: Comportamiento de la comunidad dentro de la sociedad	17
Ilustración No. 2: Comunicación	19
Ilustración No. 3: Trato recibido	41
Ilustración No. 4: Motivación para atender a usuarios	42
Ilustración No. 5: Apariencia personal	43
Ilustración No. 6: Servicios que presta EMAPAST EP	44
Ilustración No. 7: Posición de la imagen de EMAPAST EP	45
Ilustración No. 8: Recomendación para fortalecer normas de etiqueta y protocolo	46
Ilustración No. 9: Conocimiento empleo etiqueta y protocolo	47
Ilustración No. 10: Trato entregado a los clientes internos y externos	48
Ilustración No. 11: Orden de importancia hábitos frecuentes	49
Ilustración No. 12: Imagen EMAPAST EP es conocida en la comunidad	50
Ilustración No. 13: Capacitación etiqueta y protocolo	51
Ilustración No. 14: Recomendación para fortalecer normas etiqueta y protocolo	52
Ilustración No. 15: El estornudo	64
Ilustración No. 16: Los eructos	65
Ilustración No. 22: Las personas mayores	66
Ilustración No. 18: Normas para relacionarse personas con capacidades especiales	67
Ilustración No. 19: Etiqueta con personas con capacidades especiales	68
Ilustración No. 20: La etiqueta de la oficina	68
Ilustración No. 21: El alcohol	70
Ilustración No. 22: Formas de saludar	70
Ilustración No. 30: Como saludar	71
Ilustración No. 24: Cómo estrechar la mano	72
Ilustración No. 25: Relaciones positivas en el trabajo	75
Ilustración No. 34: Reuniones de trabajo	76
Ilustración No. 27: Flujograma de convocatoria reunión de trabajo	77
Ilustración No. 28: Prestación de atención y escuchar ponencia	78
Ilustración No. 29: Flujograma atención telefónica	80
Ilustración No. 30: La comunicación escrita	81
Ilustración No. 31: Flujograma de trámites de documentos	83

Ilustración No. 32: La comunicación verbal	85
Ilustración No. 33: La comunicación formal en la oficina	86
Ilustración No. 34: Formato de memorando	87
Ilustración No. 35: Formato de oficio	88
Ilustración No. 36: Formato de certificado de trabajo	89
Ilustración No. 37: Formato de comunicado	90
Ilustración No. 38: Presentación femenina	92
Ilustración No. 39: Condiciones para la entrevista	94
Ilustración No. 40: La imagen	94
Ilustración No. 41: El protocolo	95
Ilustración No. 42: Maneras de comportarse	96
Ilustración No. 43: Organización de actos	100

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Foto No. 1: Fachada de la Empresa	55
Foto No. 2: El baño	64
Foto No. 3: El estornudo	64
Foto No. 4: El bostezo	65
Foto No. 5: Personas mayores	66
Foto No. 6: Persona con capacidad especial	67
Foto No. 7: Manera de presentarse	71
Foto No. 8: Como saludar correctamente	72
Foto No. 9: Construcción de relaciones positivas en el trabajo	74
Foto No. 10: Reunión de trabajo	76
Foto No. 11: Prestación prioritaria a los clientes	78
Foto No. 12: Uso adecuado del teléfono	81
Foto No. 13: Comunicación verbal	85
Foto No. 14: El arreglo personal	91
Foto No. 15: Presentación femenina	92
Foto No. 16: Presentación masculina	93
Foto No. 17: La actividad física	95
Foto No. 18: Protocolo social	100

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Entrevista estructurada a las autoridades de EMAPAST EP	111
Anexo 2: Encuesta a los clientes internos de EMAPAST EP	113
Anexo 3: Encuesta a los clientes externos de EMAPAST EP	116
Anexo 4: Entrevista desarrollada a los directivos de EMAPAST EP	119
Anexo 5: Manual de procesos de la convocatoria a reunión de trabajo	127
Anexo 6: Manual de procesos de las llamadas telefónicas	130
Anexo 7: Manual de procesos de trámite de la documentación	133
Anexo 8: Guía de etiqueta y protocolo de la imagen corporativa de EMAPAST EP.	136

RESUMEN EJECUTIVO

El proceso investigativo se inició con el objetivo de diseñar una guía de etiqueta y protocolo de la imagen corporativa para la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP de la ciudad de Puyo, la metodología de la investigación aterrizó en el enfoque mixto, esto es, la combinación del procesos cualitativo y cuantitativo que facilitó obtener información de los involucrados a través de las encuestas y entrevistas; logrando los siguientes resultados: El trato recibido de los clientes por EMAPAST EP, el 43% refirió que fue inadecuado. En la percepción que los funcionarios de la empresa se sientan a gusto, el 52% dijeron que en nada se sienten a gusto. Sobre los servicios que presta la institución, el 89% clientes dijeron que no conocen. Relacionado a la imagen, el 95% se pronunciaron que no es conocida. Referente a que recomendación daría, el 77% sugieren el diseño de una guía de etiqueta y protocolo. Así mismo, los empleados y trabajadores se pronunciaron, esto es, sobre el conocimiento del empleo de etiqueta y protocolo, el 75% dijeron que no conocen. Sobre el trato entregado a los clientes internos y externos, el 28% se manifestaron que ha sido ni adecuado, ni inadecuado. En cuanto se refiere al orden de importancia de los hábitos, el 35% enfatizaron que es la organización. Sobre la imagen de la empresa si es conocida en la comunidad, el 96% creen que no. En lo que tiene que ver a la capacitación, el 65% nunca ha recibido capacitación sobre etiqueta y protocolo. Al preguntársele sobre que recomendaría para fortalecer la etiqute y protocolo en la empresa, el 73% se inclinaron en el diseño de una guía de etiqueta y protocolo. Lo destacable de la investigación, es que se pudo señalar que los personeros requieren conocer para emplear objetivamente los procesos de etiqueta y protocolo, por eso se pudo diseñar una guía de dinámica de etiqueta y protocolo de la imagen corporativa de EMAPAST EP.

Ing. Edinson Patricio Palacios Trujillo

DIRECTOR

ABSTRACT

The research process was conducted with the aim to design a guide to etiquette and protocol of the corporate image to the public company Municipal Drinking Water and Sewerage EMAPAST EP in Puyo city – Pastaza province, the research methodology landed on the mixed approach that was, the combination of quantitative and qualitative process that facilitated information of those involved through surveys and interviews; achieving the following results: The treatment received by customers EMAPAST EP.43% said that was inappropriate. In the perception that corporate officers sit in taste, 52% said they feel at all comfortable. The services provided by the institution, 89% of customers said that they do not know, Related to image, 95% some spoke that they have not known.

Concerning that recommendation they would like to do; 77% suggest a label design and protocol. Likewise, employees and workers spoke on the knowledge of the use of etiquette and protocol, 73% said they did not know. According to the treatment given to internal and external customers, 28% demonstrated that it was not appropriate or inappropriate. As regards the order of importance of habits, 35% emphasized that organization is. On the image of the company if it is known in the community, 96% think not. In what has to do the training, 65% had never received training in etiquette and protocol. When asked to recommend to strengthen etiquette and protocol of the company 73% were inclined to design a guide to etiquette and protocol. The remarkable thing about research is that it could be noted that the ombudsmen need to know to use the processes objectively etiquette and protocol, so they could design a guide to etiquette and protocol dynamics of the corporate image of EMAPAST EP.

INTRODUCCIÓN

La Etiqueta y Protocolo es el proceso de comportamiento de sus miembros de una institución, que observan estrictamente tanto funcionarios y empleados, así como la manera de mostrarse ante los demás miembros de la comunidad. Los clientes y/o usuarios de los servicios que ofrezca la empresa, cumplirá a cabalidad las exigencias para beneficiarse del producto.

Mostrar la esencia misma del comportamiento de sus empleados, en si, representa la filosofía institucional, haciendo de ella un referente dentro de la sociedad, para ello el esfuerzo, la dedicación y la capacitación periódica que dediquen los directivos hacia la cualificación de sus personeros, permitirá mejorar la imagen a través de un adecuado servicio y atención de calidad.

En esa esencia de despertar el interés por la Etiqueta y Protocolo, se ha planteado como objetivo el diseñar una guía de etiqueta y protocolo de la imagen corporativa para la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza, con el propósito de aplicarlo metodológica y didácticamente a través de la inducción permanente con la participación de todos los miembros de EMAPAST EP.

Las instituciones en general, convergen en el propósito de prestar un servicio, en ese ámbito la organización es primordial a fin de que el bien a dar sea de calidad, para ello se requiere de la asistencia de un grupo de personas, que en base a un proceso de selección se constituyen en el talento humano encargado de organizarse para en un trabajo en equipo la institución sobresalga dentro de la comunidad y por consiguiente el servicio a entregar sea aceptado.

Sin embargo, es preciso señalar que este periplo de ganar un espacio dentro de la sociedad, es necesario que se trabaje profundamente en base a una guía de etiqueta y protocolo de imagen, en el sentido de que en forma organizada, planificada y de ejecución monolítica se inmiscuya con sobriedad la marca de la empresa en el entorno social; así mismo, los colaboradores, autoridades y demás personeros deben tener una

sinergia de empatía social, laboral y protocolar de trabajo en equipo, con conocimiento y altamente motivados para posicionarse.

Al plantear los objetivos de la investigación, se deriva en la necesidad de diseñar una guía de etiqueta y protocolo de imagen corporativa, con el único propósito de generar mecanismos de solución y de procesos de que la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP de la ciudad de Puyo sea reconocida por su trabajo coordinado y servicio de calidad.

El documento se halla estructurado por:

El Capítulo I: El problema. Contiene: Planteamiento del problema, formulación del problema, delimitación del problema, la justificación, los objetivos general y específicos.

El Capítulo II es el Marco teórico, estructurado por los antecedentes investigativos, antecedentes históricos, la fundamentación teórica, idea a defender, variables independiente y dependiente.

Capítulo III: Marco metodológico: Se estructura en, Modalidad de la investigación, tipos de investigación, población y muestra, métodos, técnicas e instrumentos, resultados e idea a defender.

Seguidamente el Capítulo IV: Marco propositivo, con el título y el contenido de la propuesta.

Finalmente, las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos.

Para desarrollar la investigación, se ha anclado en la metodología de investigación con un enfoque mixto, mediante el empleo de la investigación cualitativa y cuantitativa, con lo que se obtuvo la información necesaria de las personas involucradas, a través de cuestionarios plasmados en encuestas y entrevistas.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La imagen corporativa en las instituciones públicas del Ecuador, ha sufrido un fuerte remezón en los últimos años, dado que la actuación de los personeros ha sido de un trato soez, grosero, déspota, donde los clientes de las instituciones públicas, han tenido que recurrir, incluso al soborno, dando paso a actos de corrupción, lo que perjudica enormemente al cumplimiento de la misión y el prestigio de las instituciones, y por consiguiente, incomodidades en los usuarios.

La actuación de los personeros, es la primera imagen institucional, más sin embargo, dista mucho del buen trato a las personas que tienen que dejar sus labores cotidianas, en busca de un servicio institucional; con todo el ánimo y proyectándose un buen servicio, se encuentra con el malhumor, el grito y el desinterés, como por ejemplo se vio involucrado la Policía Nacional que de acuerdo al Ministerio del Interior (2014), procede a la desvinculación de 322 policías en la que mencionó:

Esta decisión es una acción dura, drástica pero necesaria para reconstituir la confianza de la sociedad en la Policía Nacional, dijo el Ministro del Interior, José Serrano Salgado, al informar que de manera inmediata se dispuso que 322 oficiales, clases y tropa que cometieron diversas faltas disciplinarias y hechos reñidos con el nuevo modelo policial, ...

Las condiciones inadecuadas de interrelación de los funcionarios, surte efectos negativos, de tal forma que llegan incluso a tentar con la vida de sus propios compañeros de trabajo, según el Portal de Ecuavisa (2015), informa que “Morales fue asesinado a tiros en la provincia de Esmeraldas durante un enfrentamiento contra tres policías que usaban un patrullero para transportar varios kilos de estupefacientes”. Estos hechos, impactantes para la sociedad ecuatoriano y del mundo entero, convulsionan un orden social legalmente constituido “contribuye” al deterioro de las buenas prácticas sociales, y hacen ver que estos actos son normales, para alcanzar un objetivo.

En la provincia de Pastaza, al encontrarse en una situación geográfica privilegiada, convergen a ella vías de comunicación de primer orden, últimamente ha concitado el interés nacional, por los procesos de explotación petrolera de los bloques 10 y 28. Este impacto, ha generado que surjan hechos que van en contra de la convivencia social y de comunidad, especialmente en la represión desmesurada contra las comunidades indígenas, irrespetando sus costumbres, creencias, sus tierras, su vestido, alimentación, su cultura y la contaminación del medio ambiente. Estos hechos contribuyen a generar malestar y por consiguiente las personas cambian en su carácter y proceder, lo que incide en la vida cotidiana.

Como hecho relevante de inadecuada atención, se da en los centros de salud, en el cual se ha conocido de la mala práctica médica, uno de ellos, el fallecimiento de un niño, al momento del parto y cuyo caso se está ventilando en los tribunales de justicia. En los bancos, igualmente se ha vivido atropellos de atención de los funcionarios, cuyos trámites han quedado postergados, sin solución alguna; un hecho reciente, y denunciado a través de los medios de comunicación, en el sentido de la entrega de placas de su vehículo, al año de haber iniciado y solicitado el trámite.

Con los antecedentes antes mencionados, sirve para que la Empresa a través de los empleados y trabajadores, mejoren la prestación de los servicios que ofrece a la colectividad.

De allí que la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP, creada con Registro Oficial No. 299 de fecha 13 de octubre de 2010, opera administrativamente en la ciudad de Puyo, dedica a brindar el servicio de Agua Potable y Alcantarillado en el Cantón Pastaza.

EMAPAST EP, cuenta con aproximadamente 10 000 clientes externos y 75 clientes internos; donde se ha detectado con absoluta objetividad, una deficiente comunicación entre los colaboradores de la empresa, incitando un inadecuado clima laboral, dando lugar a confrontaciones entre el personal que se desempeña en las diferentes áreas de trabajo y los usuarios externos que son los clientes, ocasionando una pésima imagen institucional y por consecuencia, falta de confianza en la comunidad como también inconformidad del servicio.

La problemática de los colaboradores ante los procesos de etiqueta y protocolo de la imagen corporativa suele ser caótica, donde el desconocimiento de los procesos de etiqueta y protocolo por los directivos y colaboradores, ahonda el comportamiento inadecuado entre ellos y en consecuencia se traslada a los clientes externos de la institución. Se asume, que una de las razones, esenciales que ha generado la inadecuada práctica protocolaria en EMAPAST EP, es la ausencia de motivación de los directivos, lo que provoca un débil trabajo en equipo y por ello, no se cumple con los objetivos institucionales. Por lo expuesto, se evidencia la ausencia de un proceso formal para la aplicación de normas de etiqueta y protocolo siendo estos, lineamientos deficientes en las entidades públicas que muchas de las veces se cree innecesarias su aplicabilidad, razón por lo cual se presentan adversidades en el entorno formal entre funcionarios.

1.1.1. Formulación del problema

¿Cómo incide la guía de etiqueta y protocolo en la imagen corporativa para la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP de la ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza, período 2015?

1.1.2. Delimitación del problema

Campo de estudio	Administración
Área	Secretaría gerencial
Aspecto	Guía de etiqueta y protocolo, e imagen corporativa
Delimitación temporal	La investigación se desarrolló en el segundo semestre del año 2015
Delimitación espacial	Se concentró en EMAPAST EP, Ciudad de Puyo.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La importancia de la investigación radica a crear una guía, ante el desconocimiento de comportamiento y uso de etiqueta y protocolo para generar una imagen corporativa positiva de EMAPAST EP, lo que facilitará el cumplimiento de procesos de gestión de agua y alcantarillado.

Es factible realizar el trabajo investigativo propuesto, por cuanto se dispone de las fichas de calificación anual del servicio que brinda EMAPAST, así como de informes de la Analista de Talento Humano.

El producto que se alcanzará, será apreciable, por cuanto la guía será de utilidad teórica y práctica, ya que se podrá aplicar objetivamente por las autoridades de EMAPAST EP, los colaboradores y los clientes externos, en sus respectivos campos.

El proyecto facilitará mejorar las condiciones de convivencia laboral de los colaboradores y satisfacción de dirección de las autoridades, influyendo un comportamiento adecuado y con énfasis al trabajo en equipo, en virtud de los propósitos que enmarca el Ministerio de Relaciones Laborales y de la Administración Pública ecuatoriana, esencialmente en el fortalecimiento de las relaciones personales efectivas de servicio al cliente con calidad y calidez, logrando una comunidad comprometida con EMAPAST EP y colaboradores motivados.

La aplicabilidad del trabajo investigativo, beneficiará de forma directa a los colaboradores, autoridades y comunidad de EMAPAST EP, ya que, se evidenciará procesos técnicos de comportamiento para los funcionarios, aflorando características como: Trabajo de equipo, capacitación, formalidad de sus actos, capacidad, respeto, motivación permanente y adecuadas prácticas de etiqueta y protocolo, y mejorar la imagen corporativa de la institución.

Finalmente, la investigación es realizable por la **disponibilidad** de documentos, para orientar la investigación y la predisposición de las autoridades, funcionarios y usuarios del servicio de agua potable.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Diseñar una guía de etiqueta y protocolo de la imagen corporativa para la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP de la ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza, período 2015.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Evaluar los procesos que se emplean de etiqueta y protocolo actual.
- Analizar el aporte funcional de etiqueta y protocolo para consolidar la imagen corporativa, a través del sustento teórico.
- Diseñar una guía de aplicación que utilice procesos de etiqueta y protocolo para contribuir positivamente con imagen corporativa de EMAPAST EP.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1. Antecedentes históricos

El trabajo investigativo está íntimamente ligado al hecho de que no está solo, pese que en los depósitos de libros de la localidad no se evidencia trabajo alguno que influya en el presente; sin embargo, hay trabajos investigativos que guardan concordancia al documento propuesto, destacándose la de Burgos & Mendoza (2008), entre sus conclusiones señalan:

Aunque se demostró el interés por parte de las autoridades de implementar en la planificación el entrenamiento profesional en el área de Protocolo y etiqueta a las secretarias, no existen políticas de apoyo para capacitar en el área mencionada a las profesionales del secretariado que laboran en el Municipio de Manta.

La ciudadanía califica que la atención por parte del personal del área secretarial es poco eficiente en los servicios que brinda el Municipio de Manta, por lo que señala la necesidad urgente de mantener una capacitación continua.

Que el manejo inadecuado de las normas protocolarias y de etiqueta, contrarresta la imagen Institucional a nivel local, provincial, nacional e internacional que ha logrado el Municipio de Manta.

Otra de las conclusiones importantes, es que para las secretarias profesionales encuestadas es una necesidad vital contar con un entrenamiento profesional permanente en el área de Protocolo y Etiqueta porque consideran que esto a más de actualizarlas, redundará en beneficio de la imagen institucional. (p. 73).

Los aspectos señalados establecen en la necesidad de contar, primeramente, con un plan anual de entrenamiento, para ello es pertinente contar con talento humano con visión e inteligencia emocional propositiva en función de mecanizar los procesos de capacitación monolíticamente estructurada, donde se le vea que esta tarea es de beneficio colectivo, en el que se pone de manifiesto la superación de la imagen de la empresa y el posicionamiento en la comunidad en un proceso de trabajo integrador entre estos dos entes.

El gestor de talento humano, juega un papel preponderante en la gran responsabilidad de mantener vivo el interés y la cohesión de los colaboradores en todos los ámbitos, los mecanismos de integración salta a la vista, cuando se observa a los integrantes de la empresa, motivados, alegres, con ganas de volver, solventes, respetuosos y con gran expectativa para continuar en los subsiguientes días con ese ánimo de predisposición hacia el logro de las metas.

En esa sindéresis de un trabajo total y en torno a la integralidad y de mancomunidad, por ello es importante señalar que el trabajo propuesto por Flores & León (2012), donde se establecen las siguientes conclusiones:

En conclusión podemos decir que los directivos y funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mira actúan con buenos modales, dando un buen trato a sus visitantes; sin embargo encontramos un poco de dificultad al momento de los eventos, cuando se trata de acuerdo al grado de importancia de las personas invitadas.

Después de obtener los resultados de las encuestas realizadas al personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mira, se puede evidenciar el desconocimiento de las normas de Etiqueta y Protocolo.

En el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mira, el personal administrativo cumple los actos o eventos como se ha realizado en cada administración sin tomar en cuenta que existen reglas y formalidades que contribuyen al buen desarrollo de los mismos.

El personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mira, considera que la apariencia personal influye en la imagen institucional.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mira, debe mejorar la organización de todos los actos solemnes que realicen, en razón de que esto mejorará la imagen institucional.

El personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mira, necesita capacitarse sobre reglas básicas de Etiqueta y Protocolo para lo cual deben contar con una guía que les sirva de pauta para organizar de mejor manera los actos.

En el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mira, no existe una comisión o departamento que se encargue específicamente de organizar actos protocolarios, por esta razón se necesitará la ayuda de una guía sobre Etiqueta y Protocolo. (p. 57)

La informalidad con la que se manejan ciertas instituciones repercute negativamente en la imagen de la empresa, en el amplio sentido, converge en la necesidad desde la primera autoridad, interesarse en la capacitación, en el que los empleados y trabajadores se encuentren permanentemente motivados, alentados y con el deseo de seguir aportando, seguir creyendo en que el trabajo diario, ese esfuerzo ha de permitir consolidar su estabilidad laboral como en el reconocimiento de la comunidad, según el Ilustre Concejo Cantonal de Pastaza (2010), en la Ordenanza de constitución, organización y funcionamiento de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza – EMAPAST EP, Art. 19.- Son deberes y atribuciones de la o el Gerente General, sin perjuicio de lo establecido en la ley, las siguientes: literal b. señala:

Coordinar la actividad de EMAPAST EP con las otras dependencias y empresas municipales en aspectos que fueren pertinentes, cuidando que los planes y programas de la Empresa guarden estrecha elación con los planes y programas municipales y la coordinación con los gobiernos

locales para la ejecución de programas de desarrollo en cada jurisdicción.

Por ello, se hace imprescindible que los directivos, tengan ese conocimiento amplio, una visión empresarial, una sincronización de trabajo de equipo en el que los colaboradores se auto motiven y se concentren permanentemente en desarrollar actividades de mantenimiento y contacto indisoluble con los clientes y de esta manera la institución se gane el cariño dentro de la comunidad.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Categorías de la variable independiente: Guía de etiqueta y protocolo

2.2.1.1. Comunicación

El proceso comunicacional, es el énfasis de establecer el conocimiento permanente y fluido de las acciones a realizar en un determinado tiempo, el alcance de ésta, consiste en el grado de coordinación permanente que tengan los personeros de la institución, en pro de que las disposiciones, acciones y actos a realizar sea conocido de forma eficaz, tal es el caso que no se tenga que recurrir a un proceso controlador sobre el talento humano, y que de cierta manera incomoda, si es que no hay la madurez emocional de los integrantes de la institución.

La comunicación, por lo general se establece utilizando diversos mecanismos, como el escrito, el verbal, así como a través de cuadros informativos; hoy en día, la comunicación puede facilitarse y fluir con prontitud, por la presencia de las redes sociales como también a través de los correos electrónicos; las grandes empresas, hacen hincapié en ese tipo de comunicación, y que de cierta forma facilita en tiempo y espacio para que la información sea conocida en el menor tiempo posible. Morales (2014), señala que la comunicación es, casi siempre, un acto intencional. Nos permite transmitir a nuestro interlocutor aquello que queremos decir. Sin embargo, a veces, transmitimos información sin querer o sin ser muy conscientes de ello...” (p. 2). Entonces, una comunidad debidamente informada, permitirá facilitar enormemente los procesos dentro de la empresa.

Es importante la comunicación, tanto en el proceso de integración del talento humano interno como externo de la institución, como también en lo que realmente se quiere transmitir, la importancia radica, en el sentido de que todos los integrantes de la empresa conozcan la información de tal manera que, estén en condiciones de transmitir, siempre y cuando tengan las competencias de hacerlo.

Un equipo de trabajo debidamente integrado y comunicado, facilitarán procesos dentro de la institución, condicionará un mayor comprometimiento así como mayor responsabilidad del cumplimiento de tareas, en torno a un proceso planificado. Por ello, mantener informado y motivado a los colaboradores, permitirá mejorar las relaciones personales como una adecuada atención al cliente, quienes son los entes más importantes para la institución.

2.2.1.2. Relaciones públicas

El ideal del ser humano es mantener adecuadas relaciones públicas, busca la manera de asociarse, lo que no se evidencia en los colaboradores de la EMAPAST EP, lo que disminuye significativamente la integración y trabajo de equipo.

Las adecuadas relaciones públicas se evidencia en la motivación de los integrantes, cuando habla bien de sus compañeros de trabajo, tienen gratas experiencias de trabajo con los directivos, la manera de conducción de una institución, entre otros; todos estos aspectos, señala que la institución tiene un agradable ambiente de trabajo, son comprometidos con la institución y buscan permanentemente ser protagonistas positivos, en lograr una adecuada integración grupal, ejemplar y comprometidos en hacer de su trabajo, el mejor.

Por ello, la comunicación, se constituye en el hecho trascendental, es conocer, “la información y la relación entre individuos y organizaciones, y las relaciones públicas contribuyen a que éstas puedan comunicarse con su entorno, informando de lo que hacen y percibiendo lo que la sociedad demanda de ellas” Martínez & González (2014, pág. 159). Con toda seguridad, el agente externo, evidenciará satisfacción personal, generando ambientes adecuados de entrega de productos placenteros y con la debida oportunidad.

Mantener procesos de relaciones públicas, fortalece la imagen corporativa y convierten en importantes al equipo de trabajo, ya que de ellos depende el cumplimiento de las tareas y el éxito institucional; se presentan y se ha dado evidencias que una buena integración institucional es susceptible de réplicas, sea dentro o fuera del país, permitiendo comprometerse aún más.

2.2.1.3. Relaciones personales

Toda organización, debidamente estructurada, con las funciones claramente establecidas y señaladas documentadamente, genera un ambiente de trabajo idóneo, de tal forma que sus tareas son fácilmente desarrolladas, en el que se impone la alegría, la ayuda, la solidaridad y deseo de ser protagonista de forma honesta.

Devecchi (2014), establece que “La gestión de equipos facilita las relaciones interpersonales, la definición de las responsabilidades, la motivación, etc.” (p. 175); fundamentalmente, se asocia al interés superior del ser como ente importante dentro del engranaje institucional, y al cumplimiento de las tareas especificadas en un manual de funciones, lo que abrigará, de manera permanente un adecuado desempeño.

a) Claves para dominar las relaciones personales

Una adecuada formación formal, se diría que es la clave, pero se escudriñamos a través de la historia, grandes hombres, no tuvieron la oportunidad de acudir a las aulas, fueron hombres de gran visión, autodidactas y con un sentimiento inmenso de pertenencia hacia el mismo ser. Entonces, se derrumba el mito, en el sentido de que un hombre ilustrado tenga adecuadas relaciones humanas; pero siempre hay las excepciones, con ello es prudente saber señalar la condicionalidad de actuación de los funcionarios, ya que no todos pensamos por igual y en ello deben existir mecanismos de lograr el equilibrio entre todos los funcionarios de la empresa.

Las relaciones interpersonales se generan en el sentimiento de mantener una adecuada comunicación personal con los demás, lo que compromete entre ellos guardar el respeto y el entorno personal de los demás, si está al alcance de uno, se podría acercar con palabras de aliento, felicitación, reflexión., es decir, con el sentimiento más profundo de

ser parte de ese otro mundo, su compañeros de trabajo, que a la final se constituye en la segunda familia.

b) La inteligencia emocional de la empresa

El clima organizacional se refleja desde el mismo momento de llegada, por su orden, limpieza, la motivación de sus personeros, ambiente de cordialidad, así como el trato. Es imprescindible, renovar permanente las condiciones de sociabilidad interna, esto se logra enfáticamente a través de la rotación de puestos, dando oportunidad de superación y aquellos que lo han logrado, brindándoles la oportunidad de crecer y ante todo, explotando al talento humano por sus condiciones y capacidad, en base a un conocimiento inducido por la capacitación.

La inteligencia emocional, también se refleja en el grado de liderazgo, de hecho cada uno, en su puesto de trabajo es un líder, siempre y cuando sea propositivo, que induzca el interés de los demás y sepa compartir ese conocimiento en favor del equipo de trabajo, esto es, la inteligencia emocional “referencia al uso inteligente de nuestras emociones, es decir, de forma intencional hacemos que nuestras emociones trabajen para nosotros, utilizándolas con el fin de que nos ayuden a guiar nuestro comportamiento y a pensar de manera que mejoren nuestros resultados” García (2014, pág. 10).

Es importante, mantener a todos los funcionarios, en permanente capacitación, los talleres también ayudan a acrecentar y renovar comportamientos, en el alto sentido de integración institucional.

c) La discreción

En el ámbito institucional como personal, esto es la vida cotidiana dentro y fuera, en el entorno social, el ser humano debería actuar su vida en función de la discrecionalidad, sin dejar que lo que observa y escucha no utilice como arma para sacar ventaja a sus intereses, sin importar el destino de los demás. Entonces, la discreción es la acción de no inmiscuirse en los sentimientos de los demás, siempre que éste no afecte en su accionar como persona y como funcionario.

d) La asertividad

Para Caldas, Castellanos & Hidalgo (2014) “Es la habilidad de expresar de forma directa, abierta y honesta los pensamientos, sentimientos y creencias propios, asumiendo las consecuencias y respetando, a la vez, a las otras personas” (p. 272), se enfatiza entonces, en el sentimiento de la persona hacia los demás, con sentimiento de respeto, consideración y solícito en los hechos.

2.2.1.4. Guía de etiqueta y protocolo

a) Definición

Es esencial que el trabajador, cualquiera sea su función, en su primera vez, es responsabilidad de los directivos hacerle conocer de forma objetiva, la misión, la visión, las políticas, los objetivos y las metas institucionales, que conozca sus funciones y las tareas a cumplir, conocer a sus nuevos compañeros y darle la confianza debida, para que tenga un adecuado desempeño, por ello la guía de etiqueta y protocolo, que “Es el conjunto de normas básicas que rigen las relaciones interpersonales con un objetivo muy concreto: el de garantizar una comunicación fluida, una relación bien jerarquizada y normalizada para evitar los lógicos malentendidos que pueden surgir entre personas...” Lario (2014, pág. 31), lo que permitirá un conocimiento de los procedimientos y actuaciones que tendrá dentro de la institución, así como los procedimientos de comportamiento entre sus compañeros de trabajo como también la relación con los clientes como en la comunidad donde se halla la empresa.

Señalar que la guía de etiqueta y protocolo, tiene alcances muy significativos en la observación permanente de comportamientos dentro y fuera de la empresa; lograr el empoderamiento de los funcionarios, es consecuencia de una planificación, impulsada por los directivos en coordinación con la oficina de talento humano, para establecer una calendarización de capacitaciones, en tanto y en cuanto sea de acercar al comprometimiento de responsabilidades y de interés colectivo.

Para Martínez (2007), señala que “El protocolo es la descripción de las normas de comportamiento a seguir, pero las normas que describe pueden contener pautas

netamente diferenciadas, aplicables a personas, instituciones y/o países según el caso” (p. 1), esencialmente, se enfoca en establecer una guía de reglas de conducta que a través de las acciones, refleja el grado de motivación personal e institucional.

En cambio la etiqueta, se constituye en el grado cultural de la persona, esto es, mayor énfasis en el estilo de comportamiento, demostración de un profundo nivel de interrelación con los demás, siendo apaciguador, integrador, con estilo de líder que busca siempre el buen comportamiento dentro del buen vivir institucional.

b) Pasos para implementar la guía

Esencialmente se busca generar procesos para que el usuario directivo conozca de manera sucinta los pasos a seguir para implementar la guía, en ella se enfoca en generalizar procedimientos y actitudes, que no dejan ser elementales y básicos dentro de la cotidianidad empresarial, así como le permitirá a todos los miembros de la empresa tener procedimientos, por ello deberá realizar:

- Análisis e investigación

Es esencial que los directivos y funcionarios de EMAPAST EP, en el amplio sentido como entidad pública de servicio, se inmiscuya en el sentir y deseos de los usuarios, que son los que sufragan los gastos y por consiguiente necesitan un adecuado servicio, ágil, oportuno y de calidad y de esta manera satisfacer sus necesidades.

Por ello, es de vital importancia conocer los objetivos institucionales así como la identidad de la empresa, incluso se debería estudiar a profundidad el tipo de colaboradores tiene, para partir desde ese conocimiento y establecer las estrategias pertinentes. El conocimiento también se enmarca en determinar los hombres claves dentro de la organización a efectos de coordinar adecuadamente el trabajo y tener en ellos el soporte de consulta y asesoría de los procesos.

También conviene tener información acerca de los usuarios en parámetros de la cultura, educación y acciones de consumo de bienes y servicios, determinar el comportamiento frente a los servicios públicos, saber si se cuenta con usuarios que dentro de la ética

practican actos de respeto, convivencia en comunidad y apoyo al producto de la localidad.

Estos elementos, le permitirán elaborar una sinopsis de EMAPAST EP en el entorno sociocultural y económico en el que se desenvuelve y para la cual trabajará, en la siguiente ilustración se muestra el comportamiento cultural dentro de la comunidad.



Ilustración No. 1: Comportamiento de la comunidad dentro de la sociedad
Elaborado por: Alba Rodríguez

- Formación de la política

Una vez sintetizada la información, en este paso, se procederá a señalar objetivamente que mecanismos de relaciones públicas se emprenderá, como la organización de un evento y/o buscar otros mecanismos de relaciones como son los patrocinios, entrenamiento de personas que se encargarán de llevar la información u otros mecanismos.

Lo que se trata es generar los acercamientos, primeramente con todos los colaboradores ya comprometidos, para generar confianza en los clientes y se produzca los compromisos. Por ello, la definición de la política enrumbará a todos sobre el base del compromiso de

entregar un adecuado servicio como la retribución a tiempo de los pagos y cuidado de los servicios.

- Planificación y programación

El trabajo de planificación implica el comportamiento adecuado de participación de todos los colaboradores, pues desde ese instante, los funcionarios ya van teniendo conocimiento de los roles que tienen que cumplir cada uno de ellos, las tácticas y técnicas que se utilizarán para lograr un adecuado acercamiento con los clientes permitirán concentrar un esfuerzo simplificado de cada uno de los empleados en función de lograr que sus actos tengan el efecto deseado.

En torno a la planificación se denota la visión de los directivos en función de lograr el posicionamiento de la empresa, esto como mecanismo, que permitirá que todos los actos y servicios estén a favor de los objetivos y metas que se ha planteado.

- Comunicación

La información ya procesada y establecidas las políticas de comportamiento de parte de los colaboradores de EMAPAST como de la misma empresa, se procede a comunicar el proceso establecido, para ello se deberá contar con los elementos precisos del talento humano para realizar un escogitamiento de los espacios más idóneos de la comunidad, no se debería obviar hoy en día de los medios masivos de comunicación, que ayudaría en mucho para solventar aquellos elementos que de pronto no llegaría a socializar.

Conviene entonces, que los directivos así como los funcionarios de la empresa, se comprometan consigo mismos, y seguir los mecanismo oportunos para que los clientes externos se encuentren debidamente informados, conozcan los servicios que EMAPAST EP, ofrece, en qué condiciones, costos, en qué tiempo, es decir, todas esas interrogantes deben estar debidamente fundamentadas y documentadas, para facilitar la información.

El equipo de comunicación establecerá un cronograma de socialización de la información, e invitará a los clientes para generar círculos informativos, tal como se

demuestra en la siguiente ilustración, en la que se ve al moderados participar con los invitados.



Ilustración No. 2: Comunicación
Elaborado por: Alba Rodríguez

También conviene y es visto de buena manera, convocar en cada uno de los sectores de la comunidad, provocar reuniones a efectos de socializar la propuesta de tal manera que en el proceso vayan ya empoderándose de lo que la empresa tiene y requiere de sus clientes. Es propicia la ocasión, inclusive, para enriquecer aún más en función de que toda la comunidad y colaboradores guarden sindéresis en sus actuaciones y asumir sus responsabilidades. El espacio de convocatoria también de fortalecer, recogiendo inquietudes y sugerencias, para luego sistematizarlos y tomar los correctivos necesarios.

- Acción

Con todos los elementos ya establecidos, conviene programar adecuada los eventos de socialización, según Otero (2011) establece que:

Una vez completada la programación y realizadas las comunicaciones pertinentes, la acción supone la celebración del evento. Es la parte más visible, lo que van a percibir todos los públicos implicados y lo que va a trascender de todo el proceso, pero tenemos que insistir en que supone apenas un treinta por ciento en el porcentaje total (p. 104).

Generalmente la acción establece compromisos entre los proponentes y los usuarios para que juntos cumplan con lo establecido, ya que conviene a las partes que la empresa se mantenga y perdure, por consiguiente, una adecuada comunicación entre los integrantes de la institución, permitirá que se refleje en los clientes la satisfacción por la fluidez de la información que ha requerido.

- Retroacción, valoración y ajuste

Consistente en la evaluación de los resultados en concordancia a los objetivos establecidos, lo que conviene esencialmente a los colaboradores recoger estos insumos para evaluarlos y proceder a realizar los ajustes necesarios, de tal manera que la guía sirva como referente y se acople a las exigencias de la empresa como de la sociedad misma.

2.2.1.5. Los códigos de empresa

Señala, esencialmente, las políticas que la institución mantiene para la funcionalidad de la misma, acorde a la misión, visión y los servicios que da dentro de la comunidad donde se halla ubicada. “Los códigos obligan a los trabajadores en la medida en que éstos se sienten parte de la organización, se identifican con sus objetivos y se comprometen con sus valores” Lacalle, Caldas & Carrión (20012, pág. 22), se refleja en un proceso en el cual todos los colaboradores, sin excepción de rango y/o cargo, está obligado a cumplir como también en la posibilidad de inducir a su cumplimiento, cuando observe que alguien se está saliendo de dichos códigos, rápidamente el equipo de talento humano, intervendrá a fin de recordar su misión dentro de la institución.

- a) Formas de expresarse

En el quehacer del ser humano, se desarrolla una infinidad de formas de expresarse con los demás, el hecho es que el hombre necesita comunicarse o hacer conocer, generando mecanismos de expresiones, destacándose también y con incidencia prominente la cultura, esta aseveración convierte al hombre, en un ser netamente sociable, pero con diferencias sustanciales en su forma de hacerse entender o de transmitir una información.

Se destaca, la forma de comunicación verbal como también la no verbal, en ambos casos hay una marcada diferencia, llegando incluso a que con un ademán diga mucho de lo que trata de comunicar, por ello es preciso, saber con absoluta certeza el sentimiento de los demás a través de sus actos, de tal forma que, expresarse con objetividad y respeto cuenta al momento de intercambiar comunicación y sirve de mucho en la toma de decisiones como en el mantenimiento de un clima organizacional.

Así mismo, se puede señalar que la comunicación verbal, se convierte en soneto sea agradable o no y en función del timbre de voz; también, se puede evidenciar que la no verbal, también constituye un elemento importante, pues los gestos y manifestaciones utilizadas con las partes de su cuerpo, comunica y expresa una forma de comunicación, que si no es manejada y utilizada adecuadamente, puede causar grata o ingrata satisfacción en el interlocutor. Por ello, la importancia de saber manejar de forma consciente y dosificada, las distintas maneras de expresarse, a efectos de lograr acercamientos precisos y oportunos como también en el momento adecuado para hacerlo y generar interrelaciones personales positivas y que se conviertan en fortalezas institucionales de buen trato, adecuado sentido de pertenencia y ambientes agradables de convivencia.

b) Usos en el vestir

Generalmente, las instituciones públicas mantienen políticas de uso de uniformes, con ello se demuestra organización, sin embargo, dice un viejo adagio, el hábito no hace al monje, esto quiere decir que por usar uniforme, señala que la institución es ejemplo de buen trato, pues generalmente se ha llegado a establecer todo lo contrario.

En todo caso, la vestimenta debe estar a tono con el puesto de trabajo, debe prestar las facilidades para el movimiento y el cumplimiento de las tareas pertinentes.

c) La quinesia

El estudio de los movimientos y expresiones corporales como medio de comunicación no verbal es lo que denominamos quinesia. Hemos de tener presente que dicha ciencia cambia y evoluciona con el tiempo.

Todo este conjunto de gestos y movimientos corporales son realizados de forma involuntaria y espontánea. Por ello será preciso tener un gran poder de concentración cuando hablemos con un interlocutor. De esta manera y sin palabras podremos demostrarle la actitud que en ese momento consideremos oportuna. Podemos con ello mostrar incluso posturas diferentes a las que pensamos. Estébanez (2003, pág. 2004)

Esencialmente se destaca la comunicación no verbal, enfatizando los movimientos corporales que de una u otra forma comunica una postura del comunicante, la capacidad del interlocutor, se basará en la comprensión efectiva de ese mensaje. En muchos de los casos, dado el poco conocimiento y manejo de interpretación de esos movimientos, han dado lugar a malas interpretaciones, provocando desentendimientos que han generado discordia entre compañeros de trabajo.

d) La paralingüística

Para Cantero, citado por Mendoza & Briz (2003), señalan que “entre los códigos paralingüísticos que manejamos están el timbre de la voz, el tono medio empleado, la intensidad de la voz, el ritmo de habla, la entonación expresiva, también la entonación paralingüística” (p. 43), por ello es esencial la modulación de la voz, a efectos de que el mensaje tenga una adecuada recepción, las personas generalmente son susceptibles, infiriendo enormemente en los sentimientos.

e) La proxemia

El ser humano, al convivir en comunidad, establece una relación social congruente y activa, al menos se convierte en el interlocutor para con sus conciudadanos, y generalmente, cada uno tiene el sentimiento de mantener viva la comunicación, por ello, “La proxemia estudia el uso del espacio social en el que interactuamos, en el que cabe distinguir entre espacio íntimo, personal, social y público, ...” Otero (2009, pág. 71), por ello, cabe señalar que cada una de las personas deben saber ocupar el espacio y guardar respeto el espacio de los demás, solo así establecería una verdadera convivencia laboral y social, lo que beneficiaría enormemente a todos los integrantes de la institución, como de la comunidad.

2.2.1.6. Las reuniones de trabajo

Toda organización, en aras de coordinar y establecer la pertinencia de cumplimiento de las mismas, anima permanentemente a mantener reuniones de coordinación, generalmente llamadas de trabajo. Se considera esencial, ya que los administradores tienen la oportunidad de conocer los avances, retrasos y calidad de los procesos, como también de las aspiraciones de cada uno.

Es la oportunidad para conocer las necesidades, los requerimientos o simplemente establecer una relación de contacto con los colaboradores. Baguer (2011), especifica a las reuniones de trabajo como “sesiones que se realizan entre los trabajadores de los distintos equipos de trabajo (procesos), grupos de empleados, trabajadores de una misma sección, que se realizan de una forma organizada, ... *sirven* para unificar criterios e integrar objetivos...” (p. 131).

La recurrencia de las reuniones de trabajo, ocasiona el comprometimiento y cumplimiento de las tareas, es decir, mantener en permanente funcionalidad de los procesos, a efectos de cumplir con la meta, de tal manera que en la próxima reunión pueda informar su cumplimiento o simplemente hacer conocer las dificultades presentadas, y lograr del equipo alguna sugerencia o una luz de solución de las novedades presentadas.

a) La gestión eficaz del tiempo

El tiempo es valioso para las personas, especialmente para aquellas que tienen procesos que cumplir, esencialmente se relaciona al cumplimiento de los tiempos, más cuando se trata de alcanzar metas.

Se puede señalar que la gestión eficaz del tiempo “como las diligencias que se realizan respecto a la duración de las cosas sujetas a cambio con la capacidad suficiente para lograr el efecto que se desea” González (2012, pág. 8), efectivamente, dentro de las instituciones públicas, generalmente los procesos requieren tiempo, un trámite ordinario es de cumplimiento inmediato, no se puede condicionar el tiempo de los demás, más especialmente cuando se trata de clientes, que en función de los servicios dados, éste

tiene que realizar pagos económicos, pues esto hace que la atención sea tratada de manera diligente y eficaz.

2.2.2. Categorías de la variable dependiente: Imagen corporativa

2.2.2.1. Responsabilidad social

La responsabilidad social se concibe en el ámbito de cumplir mis obligaciones, y que ese cumplimiento, permitirá que los demás hagan de sus actos una convivencia ideal y de beneficio colectivo.

La responsabilidad se asume en el momento mismo de asumir una tarea, desde tempranas edades, ya se asume responsabilidades, el estudiante en sus etapas de régimen académico, los padres de igual manera asumen una responsabilidad, los trabajadores tienen la responsabilidad de responder con eficiencia sus tareas, las instituciones, de igual manera asumen una responsabilidad ante la comunidad, “expresa una idea general de cooperación y reivindicación del valor del diálogo, así como las visiones y soluciones con mayor capacidad de inclusión de todos los intereses, necesidades y expectativas presentes en la empresa” Perdiguero & García (2005, pág. 40).

El campo de acción de la institución es muy amplio, su sola presencia, genera un interés, como también la expectativa de su incidencia dentro de la comunidad, los aportes que brindaría en función del crecimiento y beneficio de la colectividad así como los servicios a entregar. Indudablemente, que el nacimiento de una empresa, de por sí sola implica la posibilidad de plazas de trabajo, esa sola idea, significa ya una respuesta a la responsabilidad social en esa comunidad así como el impacto del contexto empresarial.

Conviene también, detallar, la permanencia, una institución que brinda servicios, está llamada a dar un servicio de calidad, con la oportunidad debida y con la calidez de atención de parte de los colaboradores a los clientes. Esta sola acción, dará paso a una creciente credibilidad y se depositaría la confianza en los servicios como en sus empleados.

2.2.2.2. Identificación corporativa

La identidad, denota en la institución, una particularidad que se diferencia de los demás y que adquiere notoriedad por sí sola en el crecimiento de la empresa como en el posicionamiento del producto en el mercado. “Conjunto de elementos que componen la realidad objetiva de cualquier organización y que pueden potenciarse a través de los aspectos que configuran esta identidad corporativa” Enrique, Madroñero, Morales & Soler (2008, pág. 102), en sí se convierte en el estilo de vida, como decir es el yo personal, cuyos atributos son inmejorables por la competencia, en tanto no sea de la misma condición de servicios.

Esencialmente, convierte a la institución en el centro de atención de parte de los clientes, usuarios que ven en ella una referencia, en muchos de los casos, se convierten en el orgullo de la comunidad, ya que con su presencia contribuye al crecimiento social, económico y cultural de esa sociedad.

2.2.2.3. Cultura corporativa

Para Rodríguez (2008), señala que son “...creencias y valores compartidos que interactúan de distintas maneras en una organización. Vale la pena profundizar en ella por cuanto son normas inconscientes, que no están escritas en papel alguno, pero que todos saben de su existencia y que las siguen” (p. 116), con la funcionalidad adquirida a través del tiempo y de sus actos, convergen en determinar que dentro de la comunidad, la empresa adquiere notoriedad, pero para lograrlo, conviene mantener un equipo de trabajo motivado, con una amplia sinergia y comprometidos consigo mismo como empleados y trabajadores.

El papel de incidencia de la institución, señala que hay mecanismos adecuados de comunicación, trabajo de equipo y una verticalidad en los procesos, cada uno de los integrantes responden con absoluta responsabilidad sus tareas, porque saben que le permite, primero tener una plaza de trabajo, con sus actos contribuye a que la empresa se mantenga y crezca, lo que significa mayor oportunidad y mejores condiciones, tanto laboral, social y de familia. Con ello, ratifica que en el tiempo y espacio, la empresa adquiriera una mayor credibilidad de su accionar en la comunidad.

2.2.2.4. Imagen corporativa

Las instituciones se desarrollan en función de los servicios que presta a la comunidad, esto quiere decir, que son los clientes quienes hace posible para que ésta se mantenga, así como en la opción de posibilitar alternativas laborales, por ello, es compromiso de las autoridades y colaboradores contribuir a que esa credibilidad se asiente en la sociedad, para ello, requiere fundamentar una imagen corporativa, que en el público es “como una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo” Pintado & Sánchez (2013, pág. 18), por ello la importancia de todos, sean clientes interno y externos, tienen cierta responsabilidad en mantener a la institución en su esencia misma de servicio a la comunidad y lo más importante apuntalar en el espacio y en el tiempo.

a) Importancia

Es de vital importancia mantener la imagen corporativa, en tanto y en cuanto, permita generar confianza en los usuarios, ya que genera una cultura que se fundamenta en la imagen y tradición, con ello da paso a la consolidación de los valores y por consiguiente la institución se vuelve eficiente y maleable.

Al ser congruente, la imagen corporativa genera confianza, porque sabe que hay una adecuada dirección, donde existen empleados y trabajadores comprometidos y un servicio de calidad, “hace que la imagen corporativa cobre una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo estratégico” Caldevilla (2007, pág. 242). Generalmente, la imagen corporativa denota organización, cumplimiento de procesos y compromiso institucional para con los clientes internos como externos.

Entonces, la imagen corporativa, genera credibilidad y confianza, valores absolutos en el sentimiento de los clientes como de la comunidad, ya que deposita su confianza en el servicio y producto que entrega, y se sabe que aquello es consecuencia de una adecuada

organización, en el que prima los conceptos de solidaridad, trabajo en equipo, coordinación, respeto, entre otros valores.

b) La imagen personal en el ámbito laboral

La imagen en el sentido de la formalidad, es la presentación personal que son perceptibles a los ojos del empleador, que aún sin haber entablado diálogo alguno, ya tiene una idea de la persona, y ante todo se configura un estereotipo, que puede incidir en la toma de decisiones, según Rivas (2013), en publicación en Mexican Business Web, señala que:

Algunos especialistas mencionan que 83% de las decisiones que tomamos se basa en lo que vemos, ya que la imagen, más que un tema de vanidad o superficial como algunos podrían pensar, constituye una parte fundamental para formar una opinión de las personas. De esta manera, si nuestro arreglo es profesional, los atributos influyen en nuestra percepción como tal.

Específicamente, el comportamiento y la formalidad de la persona, incide en el momento del reclutamiento; sin embargo, han existido fracasos, pues ya en sus actos laborales, se demuestra que hay significativos comportamientos, sean adecuados o inadecuados, por solo haber conseguido el propósito de ser parte de la empresa.

En los procesos de admisión, el equipo pertinente, realiza el trabajo de entrevista para conocer las expectativas generadas por el reclutado y de esta manera ver en qué medida puede influir en los procesos específicos de la institución como en el apoyo que brindaría para el fortalecimiento y posicionamiento empresarial.

c) Cualidades de la imagen

Es el conjunto de atributos que hacen que la empresa gane notoriedad dentro de la comunidad, es un detalle perenne, en función de los esfuerzos que realicen los directivos como los colaboradores de mantener intacta la institucionalidad, a decir de Muñoz (2010), nos recuerda:

Es la percepción de las cualidades funcionales y atributos psicológicos que el público mentalmente atribuye a la empresa. Conjunto de creencias por los que se conoce un producto, servicio o empresa, y por los que la opinión pública lo asocia, recuerda y describe.

Es el resultado de la opinión social y generalmente aceptada, basada en un conjunto de creencias y asociaciones que percibe el público en relación a la comunicación recibida relacionada con una persona, producto, servicio, empresa o institución.

La clasificación de la imagen se subdivide en siete niveles: imagen de producto o servicio, imagen de marca, imagen de empresa, imagen del sector, imagen del punto de venta, imagen del país e imagen del usuario o consumidor (p. 165)

Por consiguiente, es la suma de atributos, que son desarrollados en el día a día por todos los integrantes de la empresa, trabajo coordinado y permanente, logrado a través de procesos de capacitación, en el orden de ir cualificando la mano de obra, con el único sentir de entregar y dar servicios de calidad.

d) Componentes de una buena imagen

Esencialmente la buena imagen se atribuye al trato personal entre compañeros de trabajo como también a los niveles de atención a los clientes, esa relación permanente, la interacción y convivencia, condiciona una revisión permanente de sus acciones, lo que implica una mayor atención en su yo personal, aspectos que incide en el comportamiento y buena imagen de la empresa.

Por ello, se enfatiza en la uniformidad, a través de una ropa cómoda, agradable y a la ocasión; el calzado debe favorecer a la comodidad y al tipo de trabajo. Así mismo, se debería prestar atención al aseo personal, corte de cabello formal, sin excentricidades, las mujeres procurar un maquillaje formal. También cuenta la voz y los gestos, condiciona una agradable comunicación con sus interlocutores, lo que hace que el interlocutor gane confianza y logre que sus inquietudes sean atendidas.

2.2.2.5. La imagen ícono

Esencialmente una imagen ícono no existe, pues se trata de establecer procesos formales que deberían reunir las personas; en todo caso, cada institución o empresa, generalmente establece sus conceptualizaciones pertinentes sobre los atributos personales; muchas, privilegian el conocimiento, habilidad, cualidades, así mismo se enfatiza en la personalidad, por ello cuenta mucho, la primera impresión que generalmente se lo realiza en la primera actividad que es la entrevista.

Lo que se trata, esencialmente, es reclutar al personal más adecuado e idóneo a las características de la empresa, en pro de permitir el cumplimiento de las metas planteadas, por lo que prima mucho la etiqueta de las personas, que a decir de Mujeres de empresa (2005), señala que:

El término **etiqueta** se relaciona con la vestimenta, modales (lenguaje gestual, comunicación oral) y aspectos de comportamiento que conforman la vida social y profesional. En estos días es usual que las ejecutivas/ vos requieran de los servicios profesionales de especialistas en Protocolo e Imagen, a fin de mejorar el estilo en el vestir, la forma de comunicación gestual y algunas pautas de liderazgo que hacen al ejercicio del management, a través del conocimiento y la aplicación más criteriosa de la normativa protocolar.

Estas particularidades son comunes y pertinentes, se estima que la formalidad debe primar, en todo caso se señala que existe una gran influencia de la cultura del entorno social en el que se desarrolla la institución, considerando que la manifestación de imagen de la empresa es esencial en la comunidad como en el grado de aceptación tradicional de los clientes; también se debe enfatizar el grado de escolaridad, que de cierta forma si influye en el comportamiento de los clientes.

2.2.2.6. La imagen actitud

La consolidación de la empresa se vivifica en el amplio esfuerzo compartido de los colaboradores, autoridades y clientes; los ambientes sociales así como los estadios de

sociedad influyen propositivamente en la imagen, que a decir de Avendaño (2008), enfatiza en que:

La imagen es una figura retórica utilizada para visualizar y denominar a un conjunto de actitudes que poseen las personas, y con las cuales evalúan las cosas, personas u organizaciones. Tanto es así, que para evaluar la imagen de una organización es necesario recurrir a la investigación de las actitudes de sus públicos.

Los elementos componentes y sus principales características de las actitudes deben analizarse, ya que caracterizando las actitudes también se caracteriza a la imagen. Los tres componentes son:

Componente cognitivo: es como se percibe una cosa, persona u organización. Son los pensamientos, creencias e ideas que tenemos sobre ellas. Es el componente reflexivo de la actitud.

Componente emocional: son los sentimientos que provoca una cosa, persona u organización al ser percibidas. Pueden ser emociones de simpatía, odio, rechazo, etc. Es el componente irracional de la actitud.

Componente conductual: es la predisposición a actuar de una manera determinada ante una cosa, persona u organización. Se remarca la predisposición a actuar, no la actuación, ya que ésta entraría dentro del análisis del comportamiento. La actitud no es la conducta, sino la predisposición a actuar, mientras que la conducta es la acción misma. La actitud es previa al comportamiento, sin embargo, no es necesario que toda acción responda a una actitud (p. 62).

a) Proceso de formación de la imagen actitud

Para Capriotti citado por Matilla (2009) “Es la estructura o imagen mental sobre una compañía que tienen sus públicos, integrada por el conjunto de atributos que los públicos utilizan para identificar y diferenciar a esa compañía de las demás” (p. 24),

esta incidencia es primordial, en el amplio sentido de lograr el posicionamiento dentro de la comunidad, la aspiración también se centra, en el sentido de lograr la expansión, cosa que convierte a la empresa en una entidad líder; sus personeros, necesariamente apuntan a que la institución se mantenga y permanezca dando servicio, logrando que sus clientes se sientan satisfechos y complacidos de la empresa y por ende el posicionamiento en el mercado local, nacional e internacional.

Para ello, la capacitación permanente tiene que ver mucho, así como el interés y las ganas que le pongan los colaboradores, permitirá una consolidación de sus servicios, teniendo un equipo de trabajo consolidado, motivado y en permanente renovación de conceptos de servicio. Competencia esencial para generar confianza entre los integrantes de la empresa como actitudes de comportamiento dentro de la comunidad de la empresa como de la sociedad y de esa manera mantener lazos de unidad y de criterio frente a las necesidades de los clientes.

2.2.2.7. Niveles de imagen

La incidencia del producto en el mercado, esencialmente productos sensibles y que la ciudadanía sin ese producto, prácticamente se molesta, en el sentido de que es esencial para todas las actividades; la dotación de agua, en si representa un producto sensible, por lo que la institución proveedora, debe esforzarse para lograr que el producto llegue, para Capriotti (2008):

Es importante que se debe destacar es que los diferentes públicos de una empresa pueden considerar objetos a diversos niveles de la organización, ya sea a la empresa en sí misma, a sus marcas de productos o a los productos en cuanto tales, como también los públicos pueden identificar niveles supraorganizacionales, a nivel sectorial o de país. Así, podemos identificar diferentes niveles de imagen, dentro del ámbito empresarial:

- Imagen de producto genérico.
- Imagen de marca de producto o servicio.
- Imagen corporativa o de marca corporativa.

- Imagen del sector empresarial.
- Imagen de país. (p. 26)

En todo caso, no se está realizando clasificación alguna, o dicho de otra manera, no establece una jerarquía de niveles, pues se trata de señalar las opciones a las que las empresas pueden optar, con el fin de consolidar su producto.

2.2.2.8. Marketing

En el marketing esencialmente participa la comunicación como uno de los elementos estratégicos para hacer conocer al público lo que la empresa oferta, en este ámbito es conveniente, a través del departamento pertinente planificar objetivamente la estrategia de hacer conocer e informar, y es, a través del marketing el camino para que el producto o servicio llegue a los clientes o usuarios, que significativamente promueve e incentiva al consumo, ya que es la empresa la que va por delante, pues se trata de posicionar institucionalmente. En el siguiente cuadro, se puede evidenciar los modelos tradicionales de jerarquía de efectos, que denota los impactos que produce en la sociedad, cuando se los aplica.

Cuadro 1: Modelos tradicionales de jerarquía de efectos

Etapas	Modelo Aida	Modelo de jerarquía de ofertas	Modelo Dagmar	Modelo de adopción de innovaciones
Etapa cognitiva	Atención ↓	Notoriedad ↓	Notoriedad ↓	Notoriedad ↓
Etapa afectiva	Interés ↓ Deseo	Conocimiento ↓ Apreciación Preferencia Convicción	Conocimiento ↓ Convicción	Interés ↓ Evaluación
Etapa conotiva	↓ Acción	↓ Compra	↓ Acción	↓ Adopción

Fuente: (Rodríguez I. , 2007)

Elaborado por: Alba Rodríguez

Se establece que la influencia ocupa etapas de convencimiento en el cual los usuarios convergen en la conveniencia o no de adquirir el producto, en todo caso, los responsables del marketing hacen lo posible en posicionar, tanto a la empresa como el producto y/o servicio.

Este proceso es la ocasión más propicia para generar conocimiento en la comunidad, como dice Kotler citado por Mesonero & Alcaide (2012) “El marketing es una actividad humana cuya finalidad consiste en satisfacer las necesidades y deseos del hombre por medio de los procesos de intercambio, produciendo beneficios para la empresa” (p. 22), el amplio beneficio que conlleva el marketing, permite que la empresa se haga conocer para alcanzar el posicionamiento así como la importancia que tendría ésta en la comunidad.

Por ello, la gran influencia del proceso de comunicación, se fijará en el espectro cultural de la comunidad en el cual se orientará el producto así como de los directivos y colaboradores de la empresa, pues se trata de manejar los intereses y a ella apuntalar la institución y el producto.

Seguidamente se trabajará en el marketing estratégico, para ello el equipo correspondiente se encargará de diseñar las acciones pertinentes a efectos de lograr ese acercamiento con el cliente; finalmente se impulsará el marketing operativo, es decir, la gestión comercial, enfocado esencialmente en el producto, el precio, plaza y la promoción.

2.2.2.9. Empoderamiento

En el proceso de integración de los empleados y trabajadores a su nueva situación laboral se destaca el hecho de asumir responsabilidades, en ello radica la racionalización de las tareas en función de las condiciones y conocimiento del trabajador, la cumplimiento diario de sus trabajos así como la capacitación, harán de este trabajador más eficiente; al tiempo que desarrollo un cariño por su trabajo, de a poco se van creando cambios en su mentalidad, que le volverán un virtuoso; sus tareas se facilitan y el cumplimiento de metas, son la tónica del día a día, por ello a decir de Restrepo & Málaga (2001), el empoderamiento significa:

Elaborar una visión con participación de todos; conocer y participar en el diagnóstico; priorizar problemas y potencialidades de desarrollo; participar en la gestación y ejecución de los proyectos; evaluar su impacto y redefinir prioridades; entender los límites de autonomía que

tiene la solución local, dentro del marco de la política global, nacional y departamental; y manejar los proyectos y programas de intervención por equipos intersectoriales, interdisciplinarios y liderados por la comunidad (p. 134).

Es conjunto de acciones, generan espacios de participación, lo que le despertará interés en los miembros de la empresa, y debe ser aprovechado por parte de los administradores, para definir tareas, lo que hará más atractiva y significativa la participación asociada, tomando siempre en cuenta la participación de toda la comunidad, sin excepción alguna. Hay que recordar que cada sujeto tiene pensamiento propio.

2.2.2.10. El posicionamiento

En el contexto de la empresa, se requiere de manera imprescindible, con el trabajo responsable y guiado de los trabajadores y empleados de EMAPAST EP, contribuir a que la institución se posicione en la colectividad, la tarea es consecuencia de una adecuada planificación de los procesos, una contribución de esfuerzos en función de las responsabilidades que cada uno debe cumplir; ante todo, verificar en todo momento que los procesos sean llevados adecuadamente y de ser el caso, realizar los ajustes correspondientes. A decir de Editorial Vértice (2008) “El posicionamiento, es el acto de diseñar una oferta e imagen empresarial destinada a conseguir un lugar distinguible en la mente del público objetivo” (p. 75).

Entonces, el trabajo es en conjunto, para definir las estrategias necesarias y dar a conocer los servicios que ésta da, por lo que el conjunto de acciones generará responsabilidades.

2.3. IDEA A DEFENDER

El diseño de una guía de etiqueta y protocolo contribuirá a mejorar la imagen corporativa de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) de la ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza, período 2015.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Enfoque

La investigación se guió en el enfoque mixto, esto es, la combinación del proceso cualitativo y cuantitativo.

Es cuantitativo en función de que permitió la ubicación de la información numérica a través de la estadística descriptiva, en tanto es cualitativa, porque esos datos fueron susceptibles de análisis. Se enfatizó en el enfoque mixto, ya que “se suele presentar el método, la recolección y el análisis de datos, tanto cuantitativos como cualitativos. Los resultados se muestran bajo el esquema de triangulación, buscando consistencia entre los resultados de ambos enfoques y analizando contradicciones y paradojas” Gómez (2006, pág. 177), por ello la necesidad de que la investigación se guíe en este proceso para alcanzar los resultados pertinentes.

3.1.2. Bibliográfica - documental

La investigación bibliográfica-documental, se constituyó en la herramienta, mediante la cual se basó la investigación para auscultar y clarificar conceptos, definiciones y categorías estructuradas en el marco teórico, esencialmente en el detalle de cada una de las variables, componentes de la investigación, a decir de Pulido, Ballén & Zúñiga (2007) “Es un instrumento o técnica de investigación, cuya finalidad es obtener datos e información a partir de documentos escritos y no escritos, susceptibles de ser utilizados dentro de los propósitos de un estudio concreto” (p. 59).

Así mismo, se detectó, escogió, amplió y se profundizó los enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de los autores sobre la guía de etiqueta y protocolo e imagen corporativa, apoyándose fundamentalmente en documentos (como fuentes primarias: libros, revistas, documentales, periódicos, páginas webs y otras), e institucionales (fuentes secundarias: Empresa Pública Municipal de agua potable y

alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pastaza y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).

3.1.3. De campo

Consistió en el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se produjo los acontecimientos reales y de incidencia recurrente.

En esta modalidad, la investigadora, accedió en forma directa con la realidad, para recabar información de acuerdo con los objetivos de la investigación.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El trabajo investigativo realizado en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) de la ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza, período 2015, se utilizó los siguientes tipos:

3.2.1. Investigación exploratoria

Consistió en realizar un acercamiento inicial sobre el comportamiento y tareas específicas que realizan cada uno de los colaboradores de EMAPAST EP, procurando intercambiar opiniones sobre los diferentes procesos que en ella se realizan y de esta manera tener una primera impresión institucional, por ello, “la observación inmediata del área y de los elementos que caracterizan al objeto que va a ser investigado” Villalba (2004, pág. 8), contribuyeron significativamente el trabajo realizado.

3.2.2. Investigación descriptiva

La oportunidad de la presente investigación, radicó en realizar todo un proceso descriptivo, que se enfocó precisamente en categorizar cada uno de los componentes que implica EMAPAST EP, ya que a decir de Kerlinger y Lee citado por Burns & Grove (2004), “Consiste en la exploración y descripción de los fenómenos en las situaciones de la vida real. Ofrece una descripción detallada de las características de ciertos individuos, situaciones o grupos” (p. 29), la oportunidad, entonces de la

investigación, es que se trata de una empresa con un significativo número de usuarios e incidencia directa con la comunidad, lo que facilitó un trabajo significativo para escudriñar sucintamente el problema.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

La población es el conjunto de elementos que configuraron la investigación y que aportaron con la información necesaria para el cumplimiento de los objetivos propuestos, sus miembros tuvieron características comunes, por lo que fue esencial contar con esta población.

Cuadro 2: Población

Descripción	Población
Directivos	4
Clientes internos de EMAPAST EP	71
Clientes externos EMAPAST EP	10 000
Total	10 075

Fuente: EMAPAST EP
Elaborado por: Alba Rodríguez

La población estuvo conformada por los clientes internos, que en sí contribuyen, con su esfuerzo y dedicación, al cumplimiento de la misión, mediante actividades para que EMAPAST EP entregue servicios de calidad.

En tanto que los clientes externos, fueron configurados en base a los datos que la empresa en sus archivos disponibles, ya que cuenta con toda la información referente a los beneficiarios de los servicios que ofrece la institución y con quienes guarda una estrecha relación.

3.3.2. Muestra

Considerando el número de clientes externos, se aplicó un método de muestreo:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

En la cual:

n = Tamaño de la muestra: ?

N = Población o universo: 10000

Z = Nivel de confiabilidad (95% que se expresa en una constante de 1,96)

P = Probabilidad de ocurrencia 50% (0,50)

Q = Probabilidad de no ocurrencia 50% (0,50)

e = Se utilizó el 5% (0,05)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(10000)}{(0,05)^2(10000 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(10000)}{(0,0025)(9999) + (3,84161)(0,25)}$$

$$n = \frac{9604}{24,9975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9604}{25,9579}$$

$$n = 369,98$$

$$n = 370 \text{ Encuestas}$$

El cálculo muestral se aplicó únicamente a los clientes externos de EMAPAST EP, dado por el significativo número de beneficiarios, en tanto que a los directivos y colaboradores se consideró a todos, en función de acceder a una información más sucinta.

3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1. Métodos

Se considera al método como el camino a seguir, con el propósito de acceder de forma técnica y científica, a fin de abordar con transparencia y objetividad el problema, de tal

forma obtener una información recurrente y fidedigna, para aquello se recurrió a los siguientes métodos:

3.4.1.1. Analítico

Consistió en realizar un estudio pormenorizado en el proceso de la investigación, esto consistió en organizar la información, así mismo, con el apoyo de directivos, empleados y trabajadores antiguos e incluso trabajadores ya jubilados, como el señor Carlos Moncayo, quien supo manifestar que el manejo de la empresa ha sido sin considerar al trabajador, lo único que le interesaba al Alcalde era quedar bien con sus coiderarios.

3.4.1.2. Sintético

A través de este método, se pudo establecer las conclusiones de los resultados que se obtuvieron en el estudio propuesto, para sintetizar el trabajo investigativo en función de cada una de las variables.

3.4.1.3. Histórico

Relacionado a recabar información de procesos pasados y que guardaron coherencia con la investigación planteada. La revisión de documentos existentes en la empresa permitieron tener una idea de cómo se ha manejado la institución en anteriores administraciones.

3.4.1.4. Inductivo

A través de este método, se procedió a receptar las encuestas a los clientes que se acercaban a realizar diversos trámites en la empresa, los cuales con absoluta amabilidad aceptaron poner sus puntos de vista.

Dentro de este método, se aplicó las encuestas, para conocer datos importantes que nos llevaron a conocer que es lo que el cliente quiere.

3.4.2. Técnicas

La técnica que se empleó para la investigación fue la entrevista y la encuesta.

3.4.3. Instrumentos

- La entrevista: Estructurada. Se aplicó a 4 directivos de EMAPAST EP, siendo: Ing. Walter Espín, Gerente; Ing. Karla Fernanda Andaluz, Directora de Infraestructura y operaciones; Ing. Julio Castro, Director Comercial e Ing. María José Viñán, Analista de Talento Humano. (Ver Anexo No. 1) Pág. 111
- La encuesta: Cuestionario. Se consideró a los 71 clientes internos de EMAPAST EP. (Ver Anexo No. 2) Pág. 113
- La encuesta: Cuestionario. Se consideró a 370 clientes externos de EMAPAST EP. (Ver anexo No. 3) Pág. 116

3.5. RESULTADOS

3.5.1. Encuestas a los clientes externos

1. ¿Cómo es el trato recibido por la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?

Cuadro 3: Trato recibido

Opciones VI	Frecuencia usuarios	Porcentaje
Muy adecuado	19	5%
Adecuado	21	6%
Ni adecuado, ni inadecuado	60	16%
Inadecuado	160	43%
Muy inadecuado	110	30%
Total	370	100%

Fuente: Usuarios externos EMAPAST EP. Fecha: 3 al 7 de agosto de 2015.

Elaborado por: Alba Rodríguez

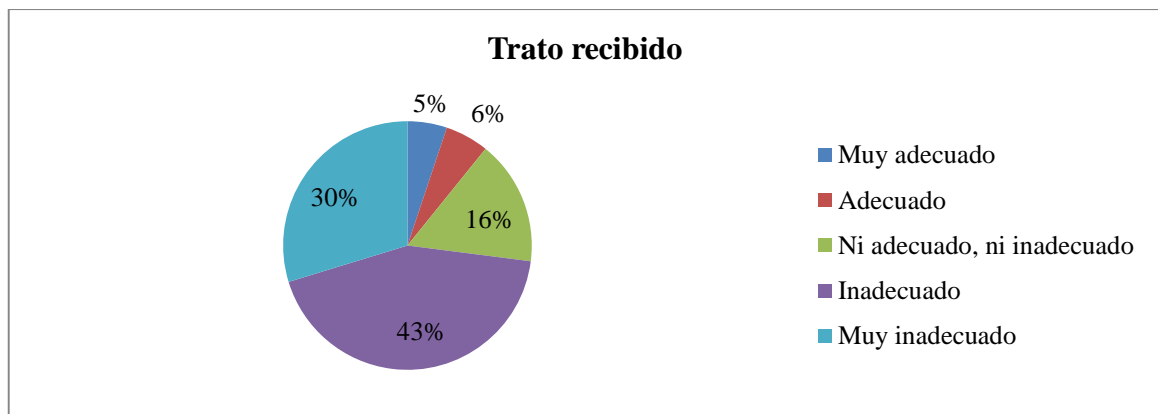


Ilustración No. 3: Trato recibido

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- Los usuarios externos de EMAPAST EP, señalan en un 43% que el trato recibido es inadecuado; un 30% establecen que es muy inadecuado; el 16% de los encuestados manifiestan que ni adecuado, ni inadecuado; el 6% señalaron que es adecuado; en tanto que solo 5% de los usuarios manifestaron que el trato recibido es muy adecuado.

Interpretación.- Se evidencia que los usuarios externos no han tenido un trato amable de parte de los empleados y trabajadores de EMAPAST EP, generando apatía y desinterés por la institución y siempre están confrontando por no existir adecuados protocolos de atención.

2. ¿Considera que los funcionarios de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) se sienten a gusto en sus tareas para atender a los usuarios?

Cuadro 4: Motivación para atender a usuarios

Opciones VI	Frecuencia usuarios	Porcentaje
Mucho	19	5%
Poco	160	43%
Nada	191	52%
Total	370	100%

Fuente: Usuarios externos EMAPAST EP. **Fecha:** 3 al 7 de agosto de 2015

Elaborado por: Alba Rodríguez



Ilustración No. 4: Motivación para atender a usuarios

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- Los clientes externos, en un 52% consideran que en nada se sienten a gusto en sus tareas para atender a los usuarios; el 43% determinan que se hallan poco a gusto; en tanto que el 5% se sienten a gusto.

Interpretación.- Se puede corroborar con la primera pregunta, en el sentido que los usuarios externos resaltan que los empleados y trabajadores de EMAPAST EP, no se hallan a gusto en sus tareas, por consiguiente es pertinente tomar en cuenta este particular, ya que se ahonda día a día.

3. ¿Estima que la apariencia personal de los colaboradores de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) es influyente en la imagen de la empresa?

Cuadro 5: Apariencia personal

Opciones VI	Frecuencia usuarios	Porcentaje
Mucho	90	24%
Poco	221	60%
Nada	59	16%
Total	370	100%

Fuente: Usuarios externos EMAPAST EP. **Fecha:** 3 al 7 de agosto de 2015

Elaborado por: Alba Rodríguez

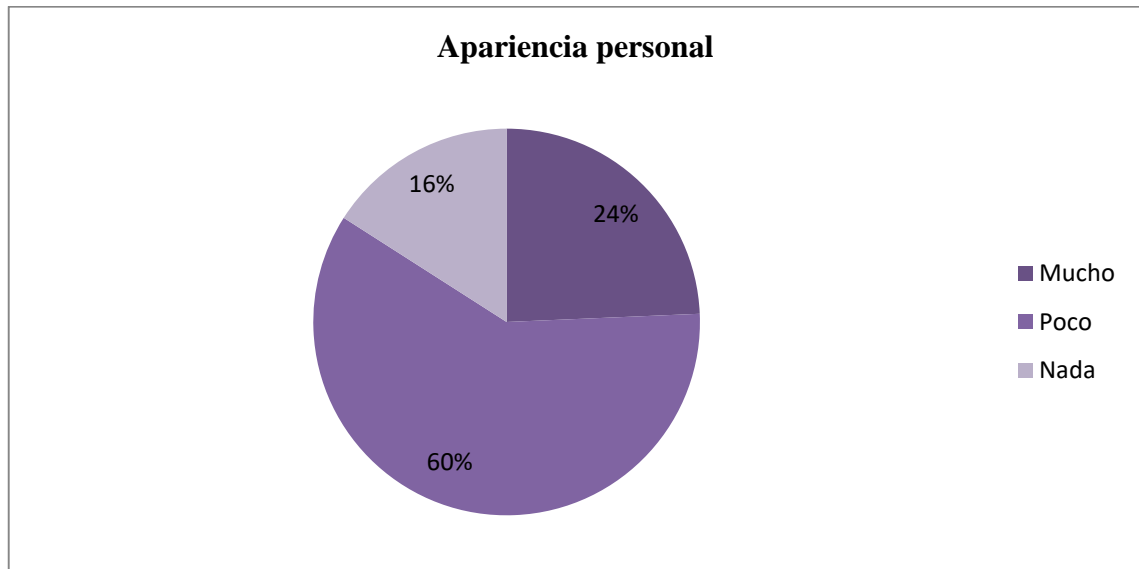


Ilustración No. 5: Apariencia personal

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- El 60% de los encuestados estiman que la apariencia personal de los colaboradores de EMAPAST EP es poco influyente en la imagen de la empresa; el 24% en cambio señalan que mucho influye; el 16% en cambio dicen que en nada influye.

Interpretación.- Se denota que la apariencia personal, según los usuarios externos, no influye en la imagen de EMAPAST EP, lo que da a entender que se privilegia los actos de los empleados y trabajadores.

4. ¿Conoce o ha escuchado sobre los servicios que presta la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?

Cuadro 6: Servicios que presta EMAPAST EP

Opciones VD	Frecuencia usuarios	Porcentaje
Si	40	11%
No	330	89%
Total	370	100%

Fuente: Usuarios externos EMAPAST EP. **Fecha:** 3 al 7 de agosto de 2015

Elaborado por: Alba Rodríguez

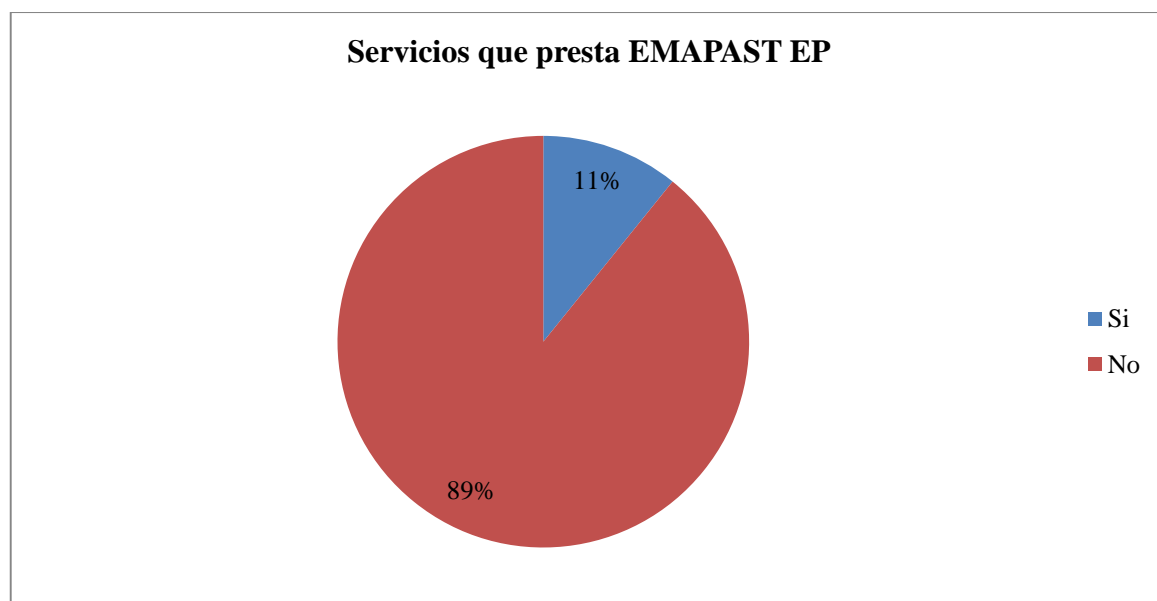


Ilustración No. 6: Servicios que presta EMAPAST EP

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- Los clientes externos en un 89% señalan que no han escuchado sobre los servicios que presta EMAPAST EP a la comunidad; en tanto que el 11% indican que si conocen al respecto.

Interpretación.- Es incuestionable que EMAPAST EP no tiene un flujo de información fluido y permanente con la comunidad, por ello que los clientes externos no conocen los servicios que ésta ofrece a la ciudadanía.

5. ¿Considera que la imagen de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) actualmente es conocida en la comunidad del Cantón Pastaza?:

Cuadro 7: Posición de la imagen de EMAPAST EP

Opciones VD	Frecuencia usuarios	Porcentaje
Si	20	5%
No	350	95%
Total	370	100%

Fuente: Usuarios externos EMAPAST EP. **Fecha:** 3 al 7 de agosto de 2015

Elaborado por: Alba Rodríguez

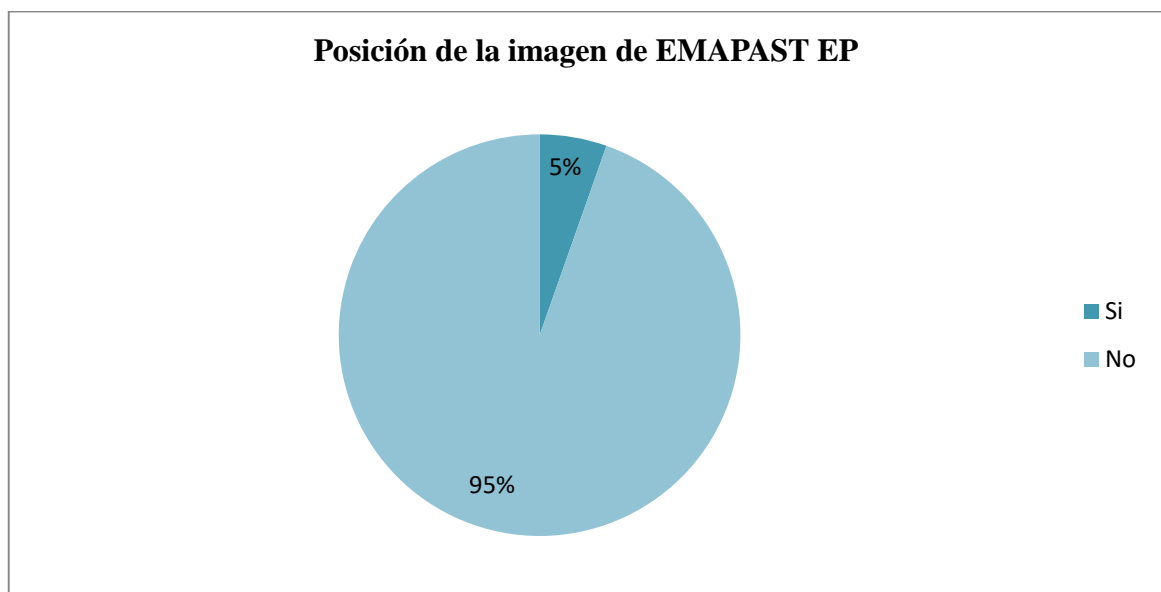


Ilustración No. 7: Posición de la imagen de EMAPAST EP

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- El 95% de los encuestados consideran que la imagen de EMAPAST EP no es conocida en la comunidad del Cantón Pastaza; en tanto que el 5% en cambio dicen que si se conoce.

Interpretación.- Consecuente con la pregunta anterior, se enfatiza en que la imagen de EMAPAST EP no es conocida, ya que las autoridades no se han empeñado en desarrollar procesos de marketing de los servicios así como de los logros alcanzados en un determinado período de trabajo.

6. Bajo su criterio, para fortalecer la etiqueta y protocolo en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP), ¿qué recomendaría a la empresa?

Cuadro 8: Recomendaciones para fortalecer normas de etiqueta y protocolo

Opciones VI - VD	Frecuencia usuarios	Porcentaje
Charlas	40	11%
Guía de etiqueta y protocolo	285	77%
Contratar un profesional	30	8%
Predisposición de los empleados	10	3%
Otros	5	1%
Total	370	100%

Fuente: Usuarios externos EMAPAST EP. **Fecha:** 3 al 7 de agosto de 2015

Elaborado por: Alba Rodríguez

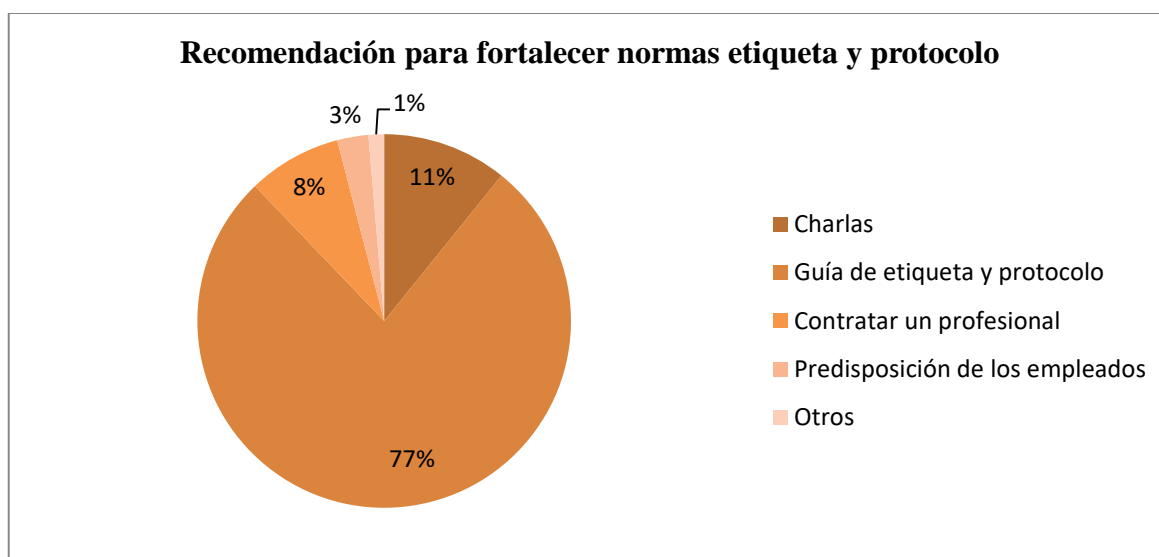


Ilustración No. 8: Recomendación para fortalecer normas de etiqueta y protocolo

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- La población encuestada en un 77% señalan que para fortalecer la etiqueta y protocolo en EMAPAST EP recomiendan la elaboración de una guía de etiqueta y protocolo; el 11% sugieren charlas; el 8% estiman que deberían contratar un profesional; el 3% apelan a la predisposición de los empleados; en tanto que el 1% sugieren otros.

Interpretación.- Dado los resultados obtenidos y por la vivencia propia de los usuarios externos que tienen de los empleados y trabajadores de EMAPAST EP, recomiendan se diseñen una guía de etiqueta y protocolo.

3.5.2. Encuesta a los clientes internos

1. ¿Cuánto conoce sobre el empleo de etiqueta y protocolo en la empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?

Cuadro 9: Conocimiento empleo etiqueta y protocolo

Opciones VI	Frecuencia empleados y trabajadores	Porcentaje
Mucho	5	7%
Poco	13	18%
Nada	53	75%
Total	71	100%

Fuente: Empleados y trabajadores EMAPASTEP. **Fecha:** 11 al 14 de agosto de 2015

Elaborado por: Alba Rodríguez

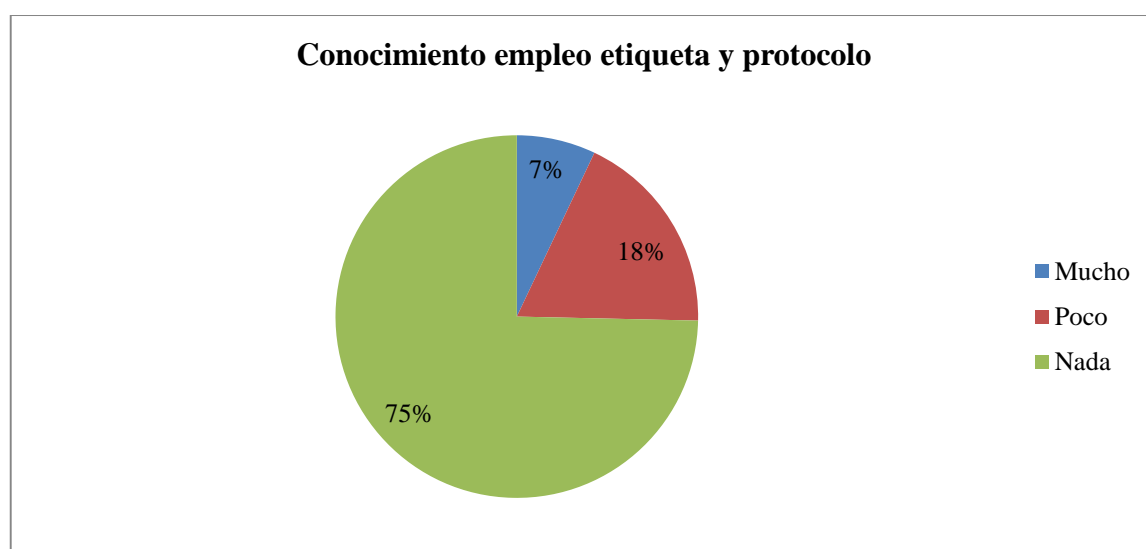


Ilustración No. 9: Conocimiento empleo etiqueta y protocolo

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- El 75% de los empleados y trabajadores de EMAPAST EP señalan que nada conoce sobre el empleo de etiqueta y protocolo; el 18% en cambio dice que conoce poco; en tanto que el 7% conoce mucho el empleo de etiqueta y protocolo.

Interpretación.- Los empleados y trabajadores demuestran en sus encuestas que no conocen, lo que les dificulta poner en práctica los procesos de etiqueta y protocolo, presumiblemente por la falta de orientación de parte de los directivos o iniciativas de capacitación de parte de EMAPAST EP.

2. ¿Cómo es el trato entregado por usted hacia los clientes internos y externos de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?.

Cuadro 10: Trato entregado a los clientes internos y externos

Opciones VI	Frecuencia empleados y trabajadores	Porcentaje
Muy adecuado	10	14%
Adecuado	18	25%
Ni adecuado, ni inadecuado	20	28%
Inadecuado	9	13%
Muy inadecuado	14	20%
Total	71	100%

Fuente: Empleados y trabajadores EMAPASTEP. **Fecha:** 11 al 14 de agosto de 2015

Elaborado por: Alba Rodríguez

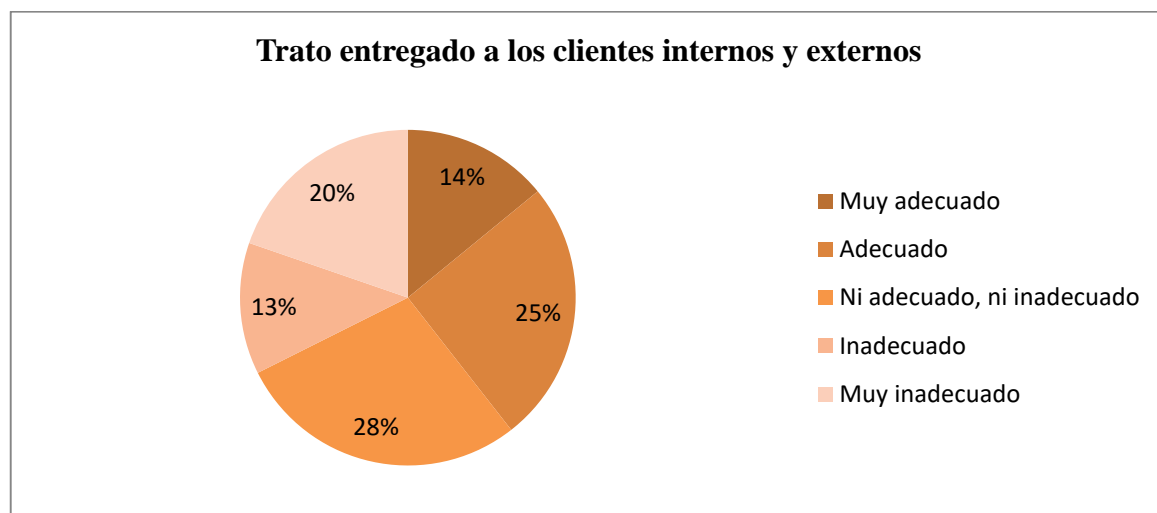


Ilustración No. 10: Trato entregado a los clientes internos y externos

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- Los empleados y trabajadores de EMAPAST EP en un 28% consideran ni adecuado, ni inadecuado el trato entregado a los clientes internos y externos; el 25% en cambio señalan que es adecuado; el 20% señalan que es muy inadecuado; el 14% estiman que es muy adecuado; y finalmente, el 13% consideran que es inadecuado.

Interpretación.- Realizando una agrupación de datos, se puede apreciar que el 61% de los encuestados tienen serias falencias en el trato, tanto con sus compañeros como con los usuarios externos, lo que hace presumir un deterioro de las relaciones interpersonales.

3. ¿Señale en orden de importancia los hábitos más frecuentes utilizados por usted en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?, siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.

Cuadro 11: Orden de importancia hábitos frecuentes

Opciones orden	1	2	3	4
Uniforme	14	20	19	18
Saludo	13	14	18	26
Organización	25	19	14	13
Imagen personal	19	18	20	14
	71	71	71	71

Fuente: Empleados y trabajadores EMAPAST EP. **Fecha:** 11 al 14 de agosto de 2015
Elaborado por: Alba Rodríguez

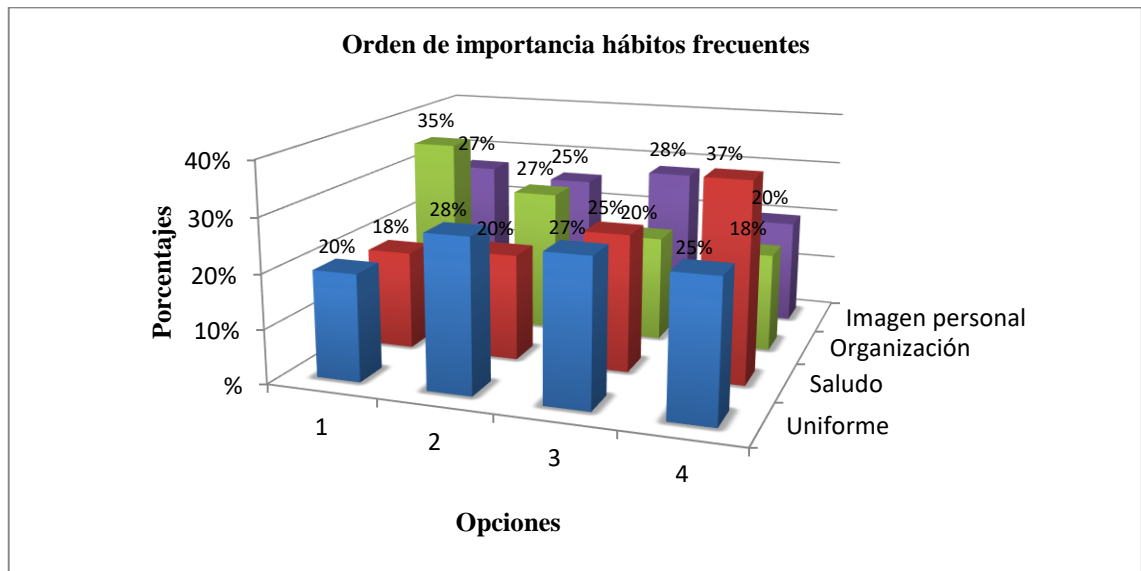


Ilustración No. 11: Orden de importancia hábitos frecuentes
Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- Según los encuestados, el 35% consideran a la organización como primera importancia de hábito más frecuente para resaltar a la empresa; con el 28% se produce un empate técnico en el orden de importancia entre el uniforme y la imagen personal; y con el 37% consideran al saludo como la número 4 en importancia.

Interpretación.- Se denota que los empleados y trabajadores evidencian como importancia número 1 a la organización, pues se sabe que como trabajadores evidencian la dirección de la empresa, dejando en segundo plano hábitos imprescindibles en los seres humanos como el saludo y la imagen personal.

4. ¿Considera que la imagen de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) actualmente es conocida en la comunidad?:

Cuadro 12: Imagen EMAPAST EP es conocida en la comunidad

Opciones VD	Frecuencia empleados y trabajadores	Porcentaje
Si	3	4%
No	68	96%
Total	71	100%

Fuente: Empleados y trabajadores EMAPASTEP. **Fecha:** 11 al 14 de agosto de 2015

Elaborado por: Alba Rodríguez

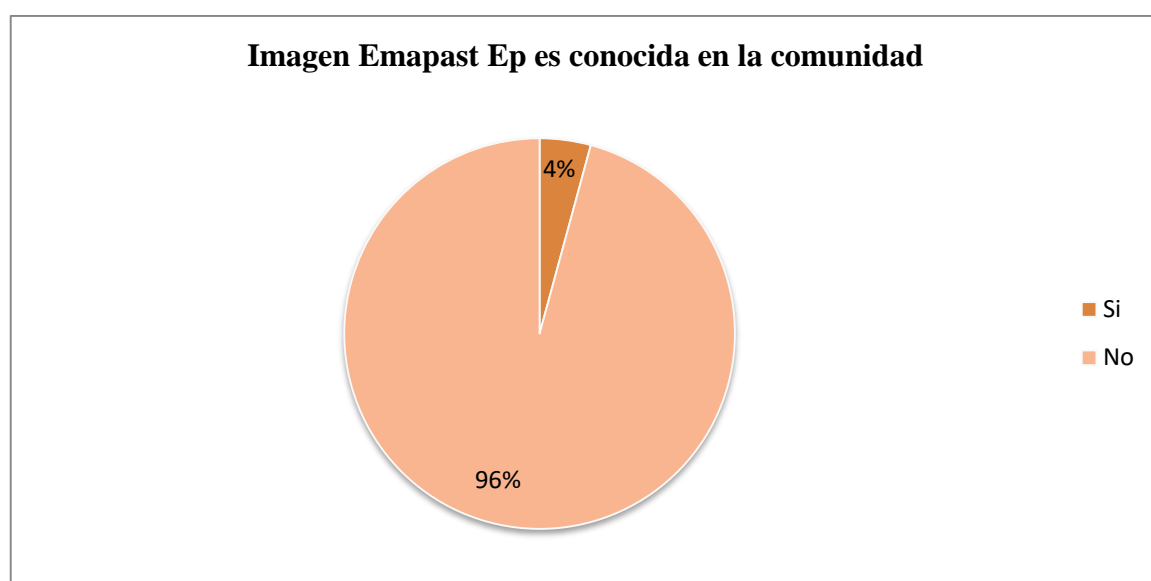


Ilustración No. 12: Imagen EMAPAST EP es conocida en la comunidad

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- El 96% de los empleados y trabajadores señalan que la imagen de EMAPAST EP no es conocida en la comunidad; según los encuestados, el 4% en cambio señalan que si es conocida.

Interpretación.- Existe una concordancia de opiniones con los clientes externos en el sentido que la imagen de EMAPAST EP no está posicionada en la comunidad, ya que los directivos, no han tenido la acuciosidad de desarrollar estrategias adecuadas de comunicación interna y externa.

5. Con qué frecuencia ¿Ha recibido capacitación en el manejo de normas de etiqueta y protocolo para consolidar su imagen profesional?

Cuadro 13: Capacitación etiqueta y protocolo

Opciones VD	Frecuencia empleados y trabajadores	Porcentaje
1 vez al mes	0	%
1 vez al año	11	15%
Nunca	46	65%
1 inducción a trabajar Emapast Ep	14	20%
Total	71	100%

Fuente: Empleados y trabajadores EMAPASTEP. **Fecha:** 11 al 14 de agosto de 2015

Elaborado por: Alba Rodríguez

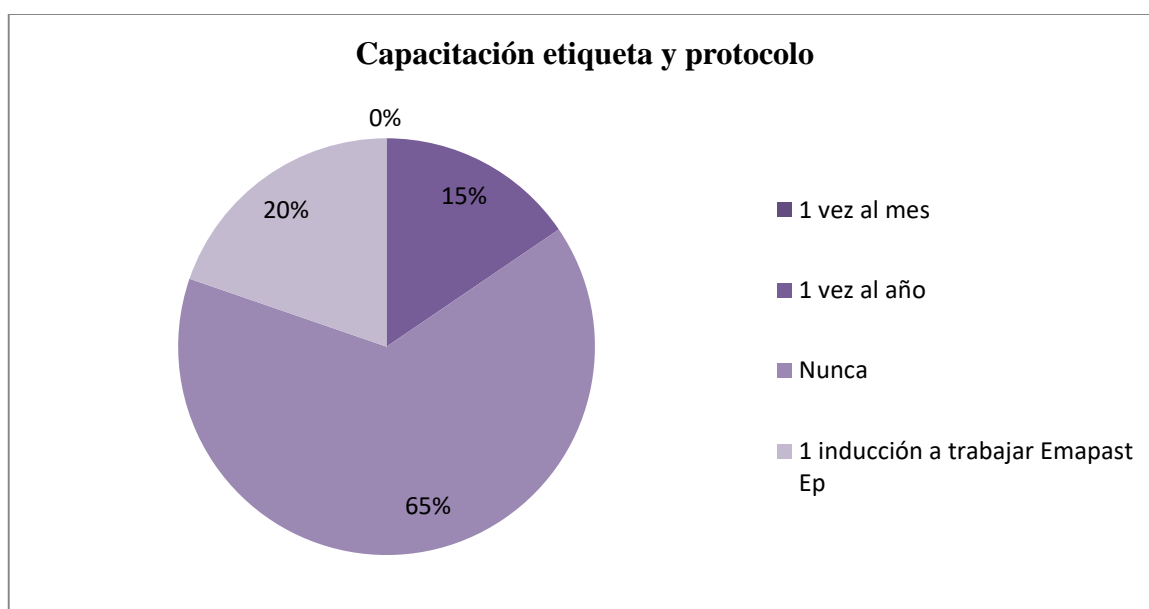


Ilustración No. 13: Capacitación etiqueta y protocolo

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- En cuanto a la capacitación, el 65% de los empleados y trabajadores nunca han recibido capacitación en el manejo de normas de etiqueta y protocolo; el 20% únicamente han tenido una sola inducción cuando ingresa a laborar en EMAPAST EP; en tanto que el 15% han recibido 1 vez al año.

Interpretación.- Es contundente y corrobora lo dicho, en el sentido de que los empleados y trabajadores no han recibido capacitación alguna, en lo relacionado a los procesos de etiqueta y protocolo, evidenciándose un deterioro en las relaciones como en la imagen de EMAPAST EP y por ende el poco acercamiento hacia los usuarios.

6. Bajo su criterio, para fortalecer la etiqueta y protocolo en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP), ¿qué recomendaría a la empresa?

Cuadro 14: Recomendación para fortalecer normas etiqueta y protocolo

Opciones VI - VD	Frecuencia empleados y trabajadores	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Charlas	5	7%	7%
Guía de etiqueta y protocolo	54	73%	80%
Contratar un profesional	8	11%	91%
Predisposición de los empleados	4	5%	96%
Otros	3	4%	100%
Total	74	100%	

Fuente: Empleados y trabajadores EMAPASTEPE. **Fecha:** 11 al 14 de agosto de 2015

Elaborado por: Alba Rodríguez

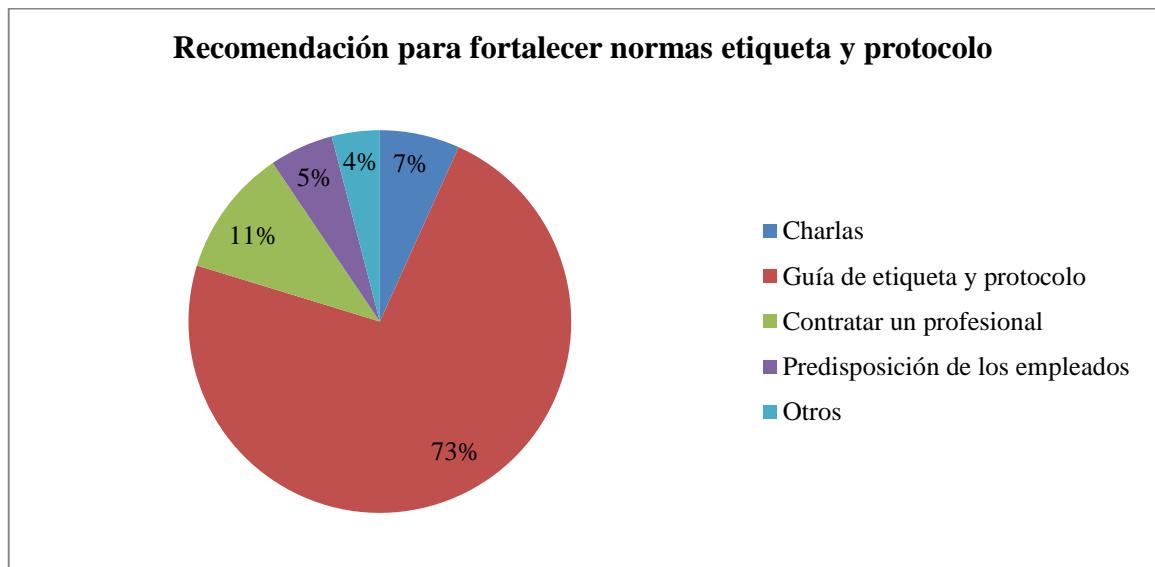


Ilustración No. 14: Recomendación para fortalecer normas etiqueta y protocolo

Elaborado por: Alba Rodríguez

Análisis.- Los colaboradores con el 73% recomiendan que se diseñe una guía de etiqueta y protocolo para EMAPAST EP; el 11% refieren la contratación de un profesional; el 7% señalan que sería adecuada unas charlas; el 5% apuesta por la predisposición de los empleados; en tanto que el 4% recomiendan otros.

Interpretación.- Dada la connotación de los hechos dados por los propios encuestados, recomiendan que se diseñe una guía de etiqueta y protocolo, a fin de consolidar la imagen de EMAPAST EP y de esta manera consolidar adecuadas relaciones entre compañeros de trabajo como un adecuado trato a los clientes.

3.5.3. Entrevistas a los directivos de EMAPAST EP

En el proceso investigativo, fue importante conocer el criterio de los directivos de EMAPAST EP, es por ello, que se realizó la entrevista al Ingeniero Walter Espín, Gerente de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza; Ingeniera Karla Fernanda Andaluz Campos, Directora de Infraestructura y Operaciones de EMAPAST EP; Ingeniero Julio Castro, Director Comercial; y, la Ingeniera María José Viñán, Analista de Talento Humano. Para el efecto, se diseñó la correspondiente entrevista, con preguntas estructuradas, (Ver Anexo No. 4) Pág. 119, las mismas que se tradujeron con los siguientes criterios:

1. Detalle objetivamente ¿Cuáles son los procesos de relación con los miembros de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?

Se han referido a que corresponde a la oficina de talento humano, se encargue de la planificación de encuentros de integración social así como el desarrollo de capacitación, considerando que los procesos de relación del personal no están definidos.

2. ¿Qué mecanismos ha desarrollado para generar sinergia con los clientes de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?

Se extrae en la necesidad de iniciar con una planificación, ya que no se tiene estructurado al respecto, en consideración de la inexistencia de mecanismos y normativas de interrelación entre clientes y el personal de EMAPAST EP.

3. ¿Qué acciones ha desarrollado para que la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) posea la imagen corporativa como tal en la comunidad?

Es meritorio iniciar con actividades para inducir a mejorar el servicio de dotación de agua potable creando una apertura mayor de servicio en áreas no planificadas con la instalación de nuevas acometidas.

¿Qué debilidades cree poseer la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) al respecto de normas de etiqueta y protocolo que manejan sus colaboradores?

Los entrevistado, convergen en el nivel de estudio de sus trabajadores, por lo cual es hace necesario la capacitación para suplir la deficiencia para mejorar la atención.

Se da cuentan también en la no existen normas que regulen estos aspectos.

3.6. IDEA A DEFENDER

Con el diseño de una guía de etiqueta y protocolo, se mejorará la imagen corporativa de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) de la ciudad de Puyo, en el cual los directivos, trabajadores, empleados y usuarios externos se sentirán motivados para dar un servicio de calidad a los clientes de la empresa.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1. TÍTULO

GUÍA DE ETIQUETA Y PROTOCOLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA PARA LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA (EMAPAST EP)

4.1.1. Antecedentes de la propuesta



Foto No. 1: Fachada de la Empresa
Elaborado por: Alba Rodríguez

El posicionamiento de la imagen corporativa de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) de la ciudad de Puyo, consiste en establecer un proceso mancomunado de involucramiento de todos y todas las personas que hacen las veces de directivos, trabajadores, empleados y los clientes externos de EMAPAST EP, ya que los servicios que da es de beneficio colectivo y necesario para

las actividades de la comunidad así como del cuidado y observancia de los derechos constitucionales al medio ambiente, lo que hace pensar que los involucrados deben aprestarse propositivamente en coadyuvar al crecimiento institucional.

Es preciso señalar, que todos los colaboradores están llamados a cumplir con responsabilidad y eficiencia sus funciones, observándose en todos sus actos un trabajo de equipo, considerando que la pieza fundamental de la institución es el talento humano y requieren una motivación permanente, lográndose a través de la inducción guiada y permanente.

Con este grupo de personas y una adecuada gestión, convergerían en posicionar significativamente la imagen de la empresa y con ello tener la plena confianza y acogida de sus usuarios, llegando incluso a ser un referente dentro de la sociedad y comunidad pastacense, así como renovar la motivación en cada uno de los personeros de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) a través del trabajo coordinado y una adecuada capacitación en todos los puestos y funciones.

4.1.2. Justificación

La etiqueta y protocolo son normas imprescindibles que se practican en todos los procesos de una institución, más aún cuando se tratan de empresas públicas, ya que la existencia de la misma obedece a una necesidad, esto es dar servicio de calidad a los ciudadanos, focalizándose netamente en la misión, visión y deberes de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP), de tal manera que los contribuyentes vuelvan a confiar en este tipo de instituciones y apoyen los procesos.

Es necesario que los personeros de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) se hallen debidamente organizados y capacitados, con ello, la puesta en práctica de la guía de etiqueta y protocolo impulsará un adecuado posicionamiento de la imagen corporativa de EMAPAST EP y por consiguiente se evidenciarán beneficios halagadores en lo profesional de los empleados,

el ámbito personal y de la familia por sí se sentirán seguros en su trabajo, generando garantía y estabilidad dentro de la empresa.

La propuesta es necesaria, ya que por medio de la guía de etiqueta y protocolo, la empresa conseguirá dar una adecuada imagen a la comunidad pastacense, influyendo significativamente en la calidad de vida de las personas como también en llegar a ser una empresa referente localmente y con una oportunidad de proyectarse en el contexto regional y nacional.

La guía es trascendental porque servirá a la empresa como un instrumento aplicable y con ello se optimizará el talento humano que es parte de la institución, para generar adecuados comportamientos dentro y fuera de EMAPAST EP.

Se evidencia que el 43% de los clientes externos, ha recibido un inadecuado trato de parte de los empleados y trabajadores, mientras que el 30% percibe un trato muy inadecuado, entonces la propuesta es viable y se presenta como una alternativa y de fácil aplicación entre los miembros de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP), contando con el apoyo e impulso de las autoridades.

La propuesta es factible por cuanto se cuenta con el respaldo de la primera autoridad, esto es el Alcalde del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pastaza, que es el Presidente del Directorio.

Con la implementación de la guía de etiqueta y protocolo, tiene un beneficio social, en el sentido de que la comunidad también se aprovechará de los procesos y podrá replicarlo en el entorno donde se halla.

4.1.3. Fundamentación

La Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP), es una institución encargada de proveer de agua potable a los usuarios, así como de planificar y construir el alcantarillado correspondiente en el

Cantón Pastaza, por lo que su impacto dentro de la comunidad es alta, llegando incluso a tener connotación política y social.

La Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP), es una institución encargada de proveer de agua potable a los usuarios, así como de planificar y construir el alcantarillado correspondiente en el Cantón Pastaza, por lo que su impacto dentro de la comunidad es alta, llegando incluso a tener connotación política y social.

Entonces, al ser una institución pública, su imagen debe primeramente posicionarse en la comunidad, para ello es preciso que los integrantes de la empresa se esfuercen y proporcionen un excelente servicio, que sus obras sean de interés y bien hechas, y brinden una atención de calidad, y con ello dar el siguiente paso de consolidación institucional en la sociedad.

Por consiguiente y dada la gran importancia que tiene la institución, es imprescindible el diseño de una guía de etiqueta y protocolo en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP), para su aplicación generosa entre los integrantes de EMAPAST EP.

Se notará, desde el primer momento de aplicación de la guía, un cambio de mentalidad y procederes de los integrantes de EMAPAST EP, se sentirán motivados y se evidenciará una organización y adecuado trato a los usuarios, lo que condicionará se ganen el respeto de parte de la colectividad.

4.1.4. Objetivos de la propuesta

4.1.4.1. Objetivo General

Profundizar los procesos de etiqueta y protocolo para mejorar la imagen corporativa de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP de la ciudad de Puyo.

4.1.4.2. Objetivos Específicos

- Aplicar los procesos de etiqueta y protocolo en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP de la ciudad de Puyo.
- Influir en la capacitación de los procesos de etiqueta y protocolo en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP.
- Socializar la guía de etiqueta y protocolo en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP.

4.1.5. La empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP

En el orden institucional, nace con la denominación de Empresa Municipal de agua potable y alcantarillado del Cantón Pastaza, en el año 2008 y como Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP en el año 2010, este proceso se da en dos administraciones distintas, lo que da lugar al interés puesto por las autoridades de turno para consolidar una institución de servicio a la colectividad, en función de los servicios.

Actualmente sus oficinas se hallan ubicadas en el Barrio Mariscal, Calle Diez de Agosto, diagonal al Parque Central Doce de Mayo, cuenta una infraestructura casi moderna pero con sus limitaciones, ya que comparte sus oficinas con otras dependencias propias del Gobierno autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pastaza, dificultando las labores tanto de empleados y trabajadores de la empresa, por el limitado espacio existente. De acuerdo a lo señalado en la página oficial de (EMAPAST EP, 2011), señala la siguiente misión, visión y objetivos institucionales:

Misión

Contribuir a mejorar la calidad de vida de la población de Pastaza, a través de la prestación de servicios de agua potable y alcantarillado, promocionando la participación de los clientes en el buen uso y

aprovechamiento de los servicios que la empresa ofrece, proveyendo beneficios en términos de bienestar, salud y preservación del medio ambiente.

Visión

Ser una empresa eficiente que garantice los servicios de agua potable y alcantarillado del cantón Pastaza, brindando soluciones técnicas, de operación, mantenimiento de los mismos, incrementando la cobertura hacia los sectores de la población que carecen de estos servicios, en términos de cantidad, calidad, continuidad, a costos socialmente justos, optimizando recursos humanos, económicos y técnicos disponibles.

Objetivos

- Disponer de una red de infraestructura y servicios básicos de cobertura total, que apoye el desarrollo humano así como la economía local y regional.
- Ejecutar proyectos de agua potable y alcantarillado, técnicamente planificados y diseñados, acorde con las necesidades de Pastaza.
- Fortalecer la capacidad de gestión de EMAPAST EP, mediante la administración de procesos e incorporación de sistemas de comunicación.

La empresa en sí cuenta con un directorio integrado por cinco miembros, el Alcalde o su delegado es el presidente; un concejal principal y un suplente es designado por el Concejo; el Director del Departamento Municipal de Planificación; un representante de la ciudadanía, esto es el Presidente de la Federación de Barrios de Puyo o su delegado; y, un representante de las juntas parroquiales del Cantón; cuenta con cuatro directivos y 71 empleados y trabajadores.

4.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Con los insumos recabados e investigados surge la necesidad de crear y aplicar una guía de etiqueta y protocolo de la imagen corporativa para la Empresa pública Municipal de agua potable y alcantarillado de Pastaza; es pertinente enfatizar que la guía no solo va a servir para los personeros de EMAPAST EP, ya que puede ser aplicada en otras instituciones, sean públicas o privadas. El contenido de la propuesta, se va anexar en la tesis, (Anexo No. 8) Pág. 136, la misma que será estructurada en base a un diseño exclusivo, con el afán de contribuir a su utilización de forma amena y constructiva.

Cuadro 15: Composición de la guía

Nombre de la guía	Etiqueta y protocolo de la imagen corporativa
Línea de investigación	Administración y Secretaría Gerencial
Beneficiarios directos	Clientes internos, externos y directivos de EMAPAST EP.
Beneficiarios indirectos	Instituciones públicas, privadas, almacenes, ONGs.
Público objetivo	Personas y personeros involucrados con el tratamiento con personas

Fuente: Propuesta

Elaborado por: Alba Rodríguez

El contenido de la propuesta, se va anexar en la tesis, (Anexo No. 8) Pág. 136. la misma que será estructurada en base a un diseño exclusivo, en el afán de contribuir a su utilización de forma amena y constructiva.

4.2.1. Etiqueta

4.2.1.1. Mejore sus modales

a) El buen comportamiento

El buen comportamiento es la adecuada actuación en todos los actos que una persona realiza, este comportamiento consigna la observancia de las políticas y procedimientos de la institución, así como en la interrelación con los demás. Sin embargo, se puede cambiar este buen comportamiento, cuando éste denota que sus superiores no

demuestran o desarrollan una adecuada administración, el individuo inmediatamente se convierte en un empleado más, esto es, se vuelve un mediocre, incita al desorden a lo que inducirá a que la empresa también se vuelva mediocre.

Por ello, y con el firme propósito de generar sinergia entre empleados y trabajadores de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) de la ciudad de Puyo, se considere dentro de la misma las siguientes normas:

- Conviene controlar ciertos gestos que son visibles ante los ojos de los demás, por ello la risa debe tener una mesurada en su expresividad, no excederse en los gritos, desechar el cuchicheo y otras conductas que llaman la atención y produce distracción.
- En su lugar de trabajo debe existir un ambiente de aseo, limpieza y pulcritud. Cada cosa debe estar en su lugar. El orden es sinónimo de buenos hábitos de salud.
- El mobiliario debe estar en su lugar, arreglado y las cosas en el lugar que corresponde, recuerde que ese bien le pertenece a todos los ciudadanos y todas las ciudadanas, por lo que debe cuidarse.
- Cuando un cliente, compañero o superior, al requerirse su aporte, hágalo con amabilidad y con la debida deferencia.
- Observe cuidadosamente el uso del teléfono personal (celular), manténgalo en volumen bajo o en vibración. Sea discreto en su uso, Nunca utilice el celular en el lugar
- El consumo de alimentos será en los lugares asignados y a la hora señalada.
- Bajo ningún motivo consuma bebidas alcohólicas en su lugar de trabajo.

- Debe observarse en todo tiempo y momento el respeto, responsabilidad, honestidad, compañerismo y el apoyo.
- Conserve un adecuado comportamiento en el lugar de trabajo observando normas de cultura y urbanidad.
- Evitar escándalos y momentos vergonzosos, por ello se requiere un adecuado comportamiento.
- Sea afable y demuestre cultura, recuerde que la cultura no es sinónimo de poseer título profesional.
- Salude con amabilidad y cordialidad.
- Conviene controlar ciertos gestos que son visibles ante los ojos de los demás, por ello la risa debe tener una mesurada en su expresividad, no excederse en los gritos, desechar el cuchicheo y otras conductas que llaman la atención y produce distracción.
- El consumo de alimentos será en los lugares asignados y a la hora señalada.
- En su lugar de trabajo debe existir un ambiente de aseo, limpieza y pulcritud. Cada cosa debe estar en su lugar. El orden es sinónimo de buenos hábitos de salud.
- Cuando un cliente, compañero o superior, al requerirse su aporte, hágalo con amabilidad y con la debida deferencia.
- Anteponga “por favor” al solicitar; “lo siento” cuando no pueda satisfacer un requerimiento; “gracias” cuando haya recibido un favor y/o requerimiento. Sea solícito y educado.

b) El baño

El uso del baño es sinónimo de una solvencia cultural de buen comportamiento, la utilización del baño y cuidado del mismo, denota que los elementos que lo componen deben ser utilizados adecuadamente; conserve limpio y pulcro. Al utilizarlo siempre hale la cadena de agua y tape el inodoro.



Foto No. 2: El baño
Elaborado por: Alba Rodríguez

c) Cómo manejar fenómenos biológicos: Estornudos, indigestiones



Foto No. 3: El estornudo
Elaborado por: Alba Rodríguez

Los **estornudos** son consecuencias que muchas de las veces no se pueden controlar, para ello conviene consigo un pañuelo para el momento de estornudar, si no es posible el pañuelo, procure llevar toallitas desechables. Puede anticiparse al estornudo, poniendo y haciendo presión con su dedo índice debajo de las fosas nasales. Procure estornudar suavemente, nunca vocalice. En caso de excesivas estornudas, es conveniente alejarse del lugar con público.

Ilustración No. 15: El estornudo
Elaborado por: Alba Rodríguez

Otro fenómeno biológico, son los **eructos**, que son generalmente comunes en los seres humanos, por ello es oportuno que observe lo siguiente:

Cubrirse la boca con un pañuelo o servilleta, volteándose la cabeza a un costado.

Para evitar los eructos, es preciso beber agua.

Adopte una buena postura al sentarse, esto evita los eructos.

Ilustración No. 16: Los eructos
Elaborado por: Alba Rodríguez

El **bostezo**, también constituye un efecto biológico, por ello muchas de las veces es incontrolable, sin embargo, es necesario que considere lo siguiente:



Foto No. 4: El bostezo
Elaborado por: Alba Rodríguez

- Al inicio del síntoma de bostezo, cúbrase rápidamente con un pañuelo.
- Bajo ningún concepto bostee con la boca abierta visible a los demás, denota falta de respeto e inadecuada educación.

d) Las personas mayores



Foto No. 5: Personas mayores
Elaborado por: Alba Rodríguez

Las personas mayores se constituyen en presencia real de un proceso de etapas cumplidas, en su trayectoria acumula experiencia, denota respeto y acumula sabiduría, por lo tanto son parte importante dentro de la sociedad en la que convivimos.

Ilustración No. 17: Las personas mayores
Elaborado por: Alba Rodríguez

Por cualquier situación que se encuentre, siempre deben ser tratados como tal, con respeto y deferencia, por ello si observa que una persona adulta ingresa al mismo lugar que usted lo está haciendo, ceda el paso y permita que sea el primero en hacerlo.

Si observa que una persona adulta está haciendo fila para requerir un servicio, permítale hacer pasar primero y atiéndalo inmediatamente; estas acciones demuestran que usted tiene iniciativa y es autónomo.

e) Normas para relacionarse con personas con capacidades especiales

En el ámbito de la interrelación social, se expresa en la calidad de servicio que da a la otra persona, sin menoscabar procesos legítimos, que más que formulados a través de normas escritas, es consecuencia de la naturalidad de la persona.

En el conjunto de la sociedad nos encontramos con personas con ciertas capacidades especiales, lo que hace que los empleados y trabajadores en esa función social, conviene esmerarse en dar una adecuada atención, por ello deben:



Ilustración No. 18: Normas para relacionarse con personas con capacidades especiales
Elaborado por: Alba Rodríguez

f) Normas de etiqueta para el trato de personas con capacidades especiales



Foto No. 6: Persona con capacidad especial
Elaborado por: Alba Rodríguez

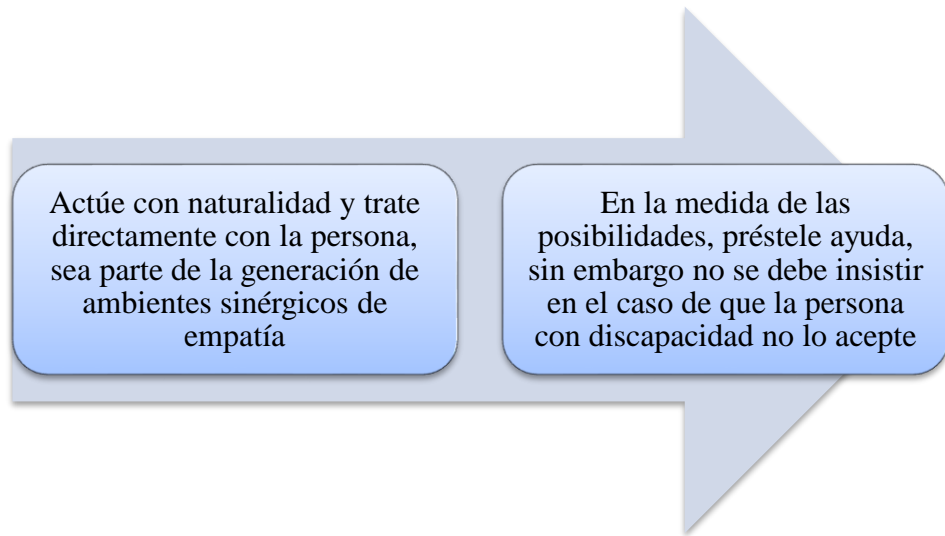


Ilustración No. 19: Etiqueta con personas con capacidades especiales
Elaborado por: Alba Rodríguez

4.2.1.2. El trato en el ambiente profesional

a) La etiqueta de la oficina

La concertación en la oficina o lugar de trabajo es el espacio de extrema observancia de ciertas consideraciones que es necesario tener en cuenta, como:

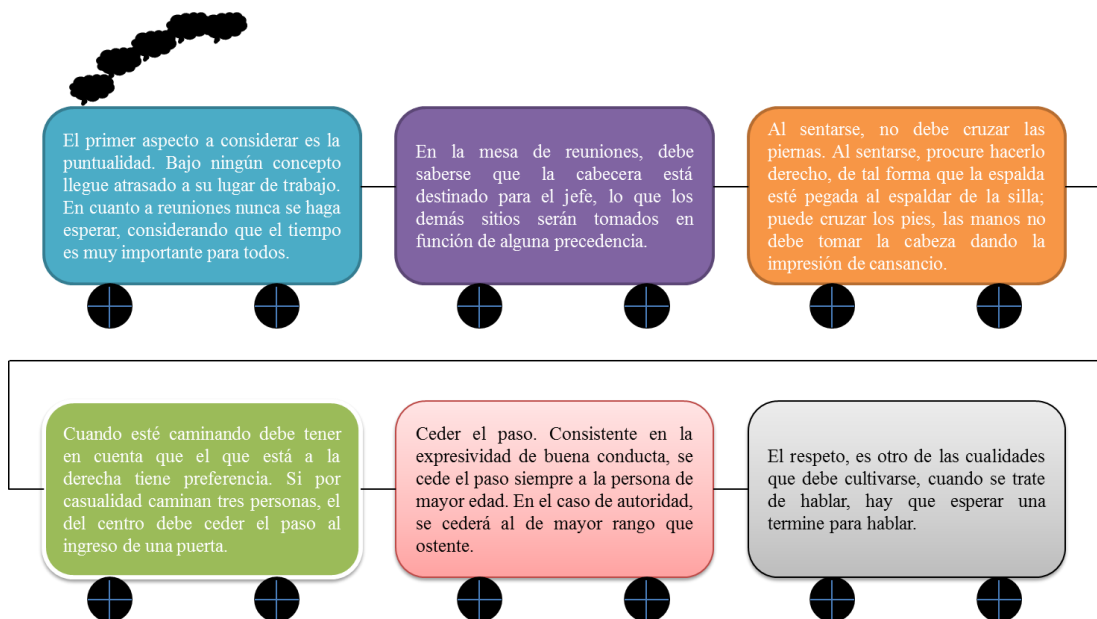


Ilustración No. 20: La etiqueta de la oficina
Elaborado por: Alba Rodríguez

b) Etiqueta para fumar

Cuadro 16: Etiqueta para fumar

La naturaleza del ser humano influenciado por los actos de convivencia de una sociedad, ha adquirido el hábito de fumar, sin embargo se debe anotar que muchas personas no comparten o no acepta un lugar inundado de humo.	Según la organización Protocolo.org (2014), en la cortesía del fumador señala:
	Un fumador con buena educación, pregunta si puede fumar, aunque sea en su propia casa, cuando hay personas ajenas a su entorno habitual. Siempre es mejor, pedir una disculpa, y ausentarse a fumar a alguno de los lugares que hayan establecido para ello. Aunque usted no lo note, las casas donde hay fumadores, huelen al humo del tabaco.
	Pero además de en su casa, la oficina, los sitios públicos, etc. son lugares donde debe ser prudente con el tabaco. En la mayor parte de ellos está prohibido fumar por ley, pero donde se permite, debe solicitar primero el permiso de las personas que lo acompañan o rodean. Una cosa son las leyes, y otra la cortesía.
	Incluso con el permiso de sus acompañantes no debe fumar, en casa o fuera de ella, en presencia de niños o personas muy mayores, en medio de una comida o cuando saluda a una persona, así como en otras circunstancias similares.
	Debe cuidar de no dejar su cigarro encima de una mesa, silla o cualquier otro lugar que no sea el cenicero o su mano. Puede estropear un mueble e incluso, provocar un incendio.

Fuente: Propuesta

Elaborado por: Alba Rodríguez

c) El alcohol

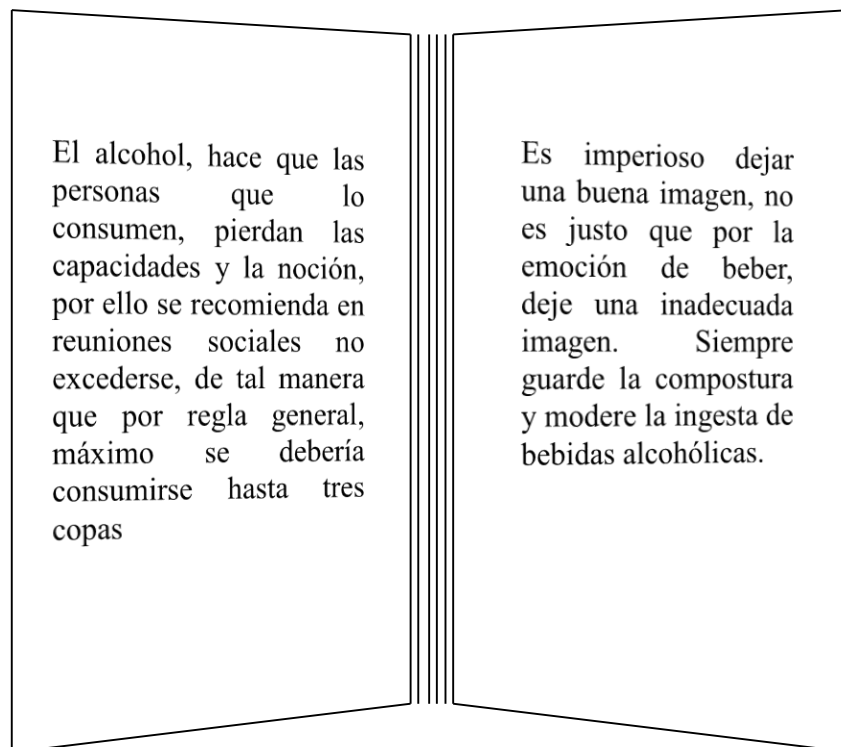


Ilustración No. 21: El alcohol
Elaborado por: Alba Rodríguez

4.2.1.3. Manera correcta de hacer presentaciones

a) Formas de saludar

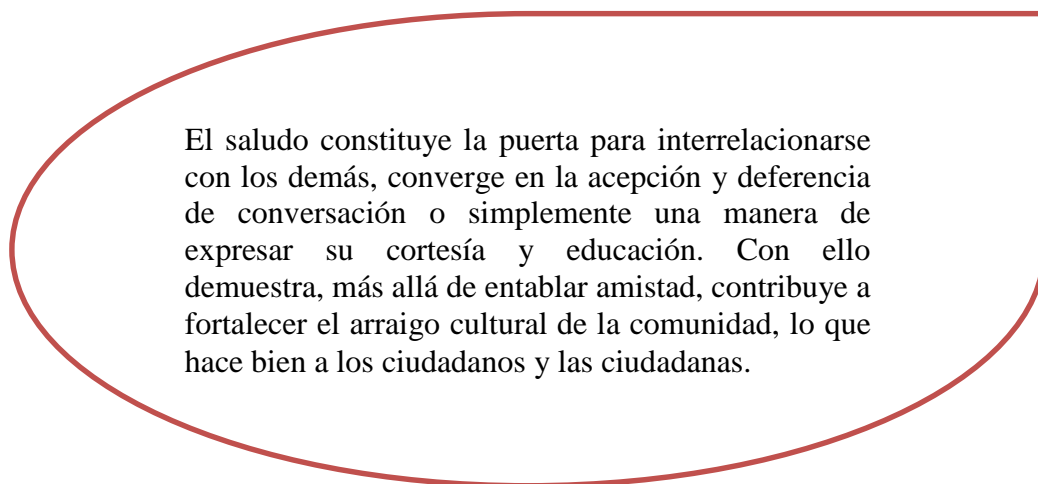


Ilustración No. 22: Formas de saludar
Elaborado por: Alba Rodríguez



Foto No. 7: Manera de presentarse
Elaborado por: Alba Rodríguez

b) ¿Cómo saludar correctamente?

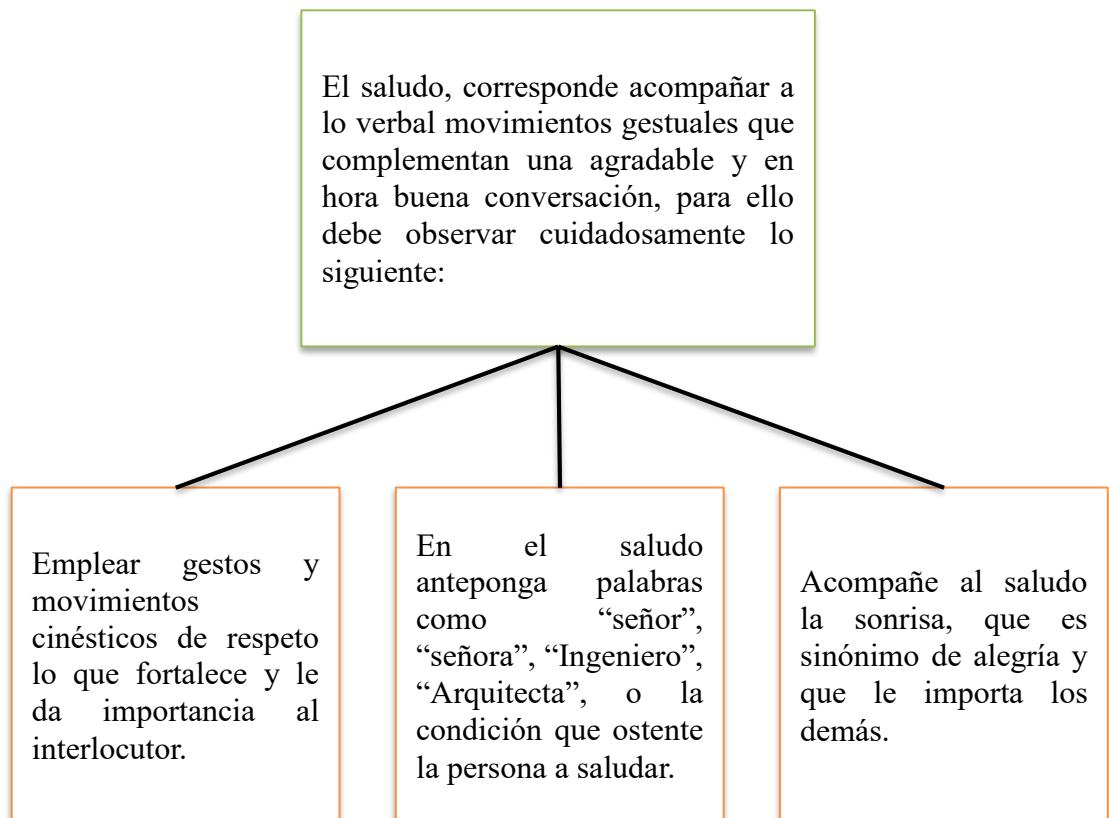


Ilustración No. 23: Como saludar
Elaborado por: Alba Rodríguez



Foto No. 8: Como saludar correctamente
Elaborado por: Alba Rodríguez

c) Cómo estrechar la mano

El estrechón de manos complementa el saludo verbal, por ello, es imperioso tomar en cuenta que al tomar la mano de su interlocutor, debe considerar un estrechón leve, sin llegar a apretujar o lo contrario a un leve roce.

Ilustración No. 24: Cómo estrechar la mano
Elaborado por: Alba Rodríguez

Para Serrano (2006), señala:

La importancia de la higiene. Las manos deben estar limpias, tanto el dorso como la palma, y las uñas deben estar correctamente cortadas y

libres de sociedad. Unas uñas mordidas denotan una situación de estrés o dificultades personales por lo que debemos evitar esta imagen. Tener cuidado si te echas crema en las manos, pues puedes tener la mano “aceitosa” si no es una crema de rápida absorción, causando una sensación muy desagradable en la otra persona.

Lo mismo ocurre si te acabas de lavar las manos, procura secarlas bien, pues la sensación de mojado también puede incomodar a la otra persona.

Para aquellas personas que tengan una sudoración excesiva en las manos, es conveniente que la mano esté seca justo antes de estrecharla. Como es algo que no se puede evitar (sobre todo si aumenta al estar nervioso), puede ser buena idea llevar toallitas higiénicas en el bolsillo y limpiar nuestras manos en ellas antes de entrar en el lugar donde se hará la entrevista o encuentro de networking. De hecho se puede llevar un pañuelo de papel o tela en el bolsillo, para poder disimuladamente meter la mano justo antes del apretón de despedida y secar allí el sudor antes del apretón de manos.

El apretón debe ser firme, consistente, estable y sin apretar con demasiada fuerza en ningún momento, ni siquiera si la otra persona aumenta la fuerza de su mano. Es importante mantener el nivel de fuerza con el que hemos iniciado el apretón.

La palma de la mano estará totalmente extendida, con el dedo pulgar separado de la palma permitiendo el apretón.

La fuerza no debe ser excesiva para no aparentar un sentimiento de superioridad ni tampoco debemos dejar la mano “muerta”, lo cual puede ser interpretado como una personalidad débil.

La duración será de apenas unos segundos, aunque el timing lo suele marcar la persona que inició el saludo.

La mirada debe dirigirse a los ojos de la otra persona, pero de forma amable y nada amenazadora, lo cual se consigue si además de mirar a los ojos sonreímos ligeramente.

Agarrar la mano de quien nos saluda con ambas manos es un gesto de aprecio y cierta familiaridad, por lo que no está especialmente recomendado para el caso de una entrevista de trabajo.

Tras el apretón, no dejar caer el brazo de forma brusca ni inmediatamente tras terminar el apretón pues puede denotar desaliento, debilidad o poco interés.

4.2.1.4. Cómo dirigirse al jefe, colega y demás personas

a) Cómo construir relaciones positivas en el trabajo

El entorno laboral es el espacio en el que una persona pasa la mayor parte de su vida, lo que propicia una segunda familia, en la cual se manifiesta todo un engranaje de manifestaciones socioculturales, por ello se tiene que desarrollarse de manera adecuada, ya que la interrelación tanto con los superiores como los compañeros de trabajo no deben conculcarse las normas de respeto e interrelación.



Las relaciones con los líderes de la empresa se debe desenvolverse, dentro del ámbito de trabajo, en el respeto y apoyo permanente hacia la consecución de los objetivos institucionales, no deberían traspasar las barreras de la confianza llegando incluso al tuteo, esto mina la buena convivencia, generando desacuerdos e incumplimiento de tareas.

Foto No. 9: Construcción de relaciones positivas en el trabajo
Elaborado por: Alba Rodríguez

En el lugar de trabajo debe mantenerse la distancia prudente, debiendo consignar un trabajo en equipo, lo que conlleva a que cada uno cumpla a cabalidad su tarea.

No olvide la cortesía, es el espacio del momento de tratar con deferencia a las personas, para Universia (2012), establece:

Tener una buena actitud en tu empleo y aprender sobre las habilidades y capacidades de cada uno de tus compañeros de trabajo es importante para que tu experiencia sea agradable. Estos son algunos consejos para que sepas cómo construir relaciones positivas en tu empresa.

Sé responsable. Si te comprometiste a hacer algo, hazlo. Si tienes alguna dificultad para completar alguna tarea, asegúrate de comunicar a todos los integrantes de tu grupo que pueden verse afectados.

Se amable y alienta a los miembros de tu equipo.

No seas chismoso. No querrás ganarte la reputación de ser el entrometido de la empresa.

Si compartes una oficina, sé considerado. Identifica cómo tu compañero de oficina desempeña sus labores y sé respetuoso.

Entiende que las personas son únicas y enfócate en las cualidades positivas de ellas, no en las negativas. Es aceptable que no seas amigo de todos pero siempre trata de ser cordial y profesional en tus interacciones con los individuos que forman parte de tu compañía.

Comunica, comunica, comunica. No esperes que la gente adivine lo que piensas, asegúrate de mantener una buena comunicación con ellos y que tus mensajes sean comprendidos perfectamente.

Ilustración No. 25: Relaciones positivas en el trabajo

Elaborado por: Alba Rodríguez

b) Las reuniones de trabajo y negocios

Las reuniones de trabajo constituyen los espacios propicios para la interrelación de la familia de la empresa, sin embargo, son momentos de conocer de primera mano, el grado de conocimiento, sugerencias y el grado de empoderamiento de su trabajo. Para Cuadrado (2007), convida que:



Foto No. 10: Reunión de trabajo
Elaborado por: Alba Rodríguez

Con absoluta organización, las reuniones son productivas, en el afán de llegar a acuerdos y ante todo consolidar procesos de interrelación con los demás miembros de la empresa. La siguiente ilustración refleja un proceso de preparación para una reunión.

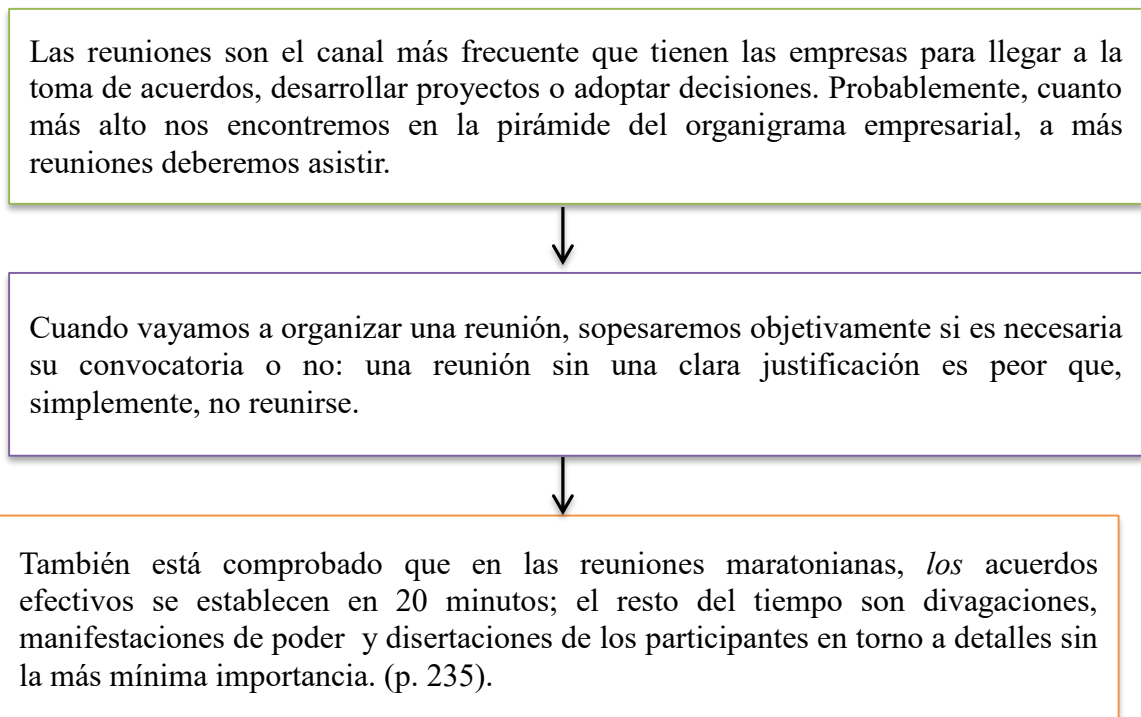


Ilustración No. 26: Reuniones de trabajo
Elaborado por: Alba Rodríguez

Para la convocatoria de las reuniones de trabajo, se seguirá el siguiente patrón, y en el Anexo No. 5, Pág. 127, constará el manual de procesos:

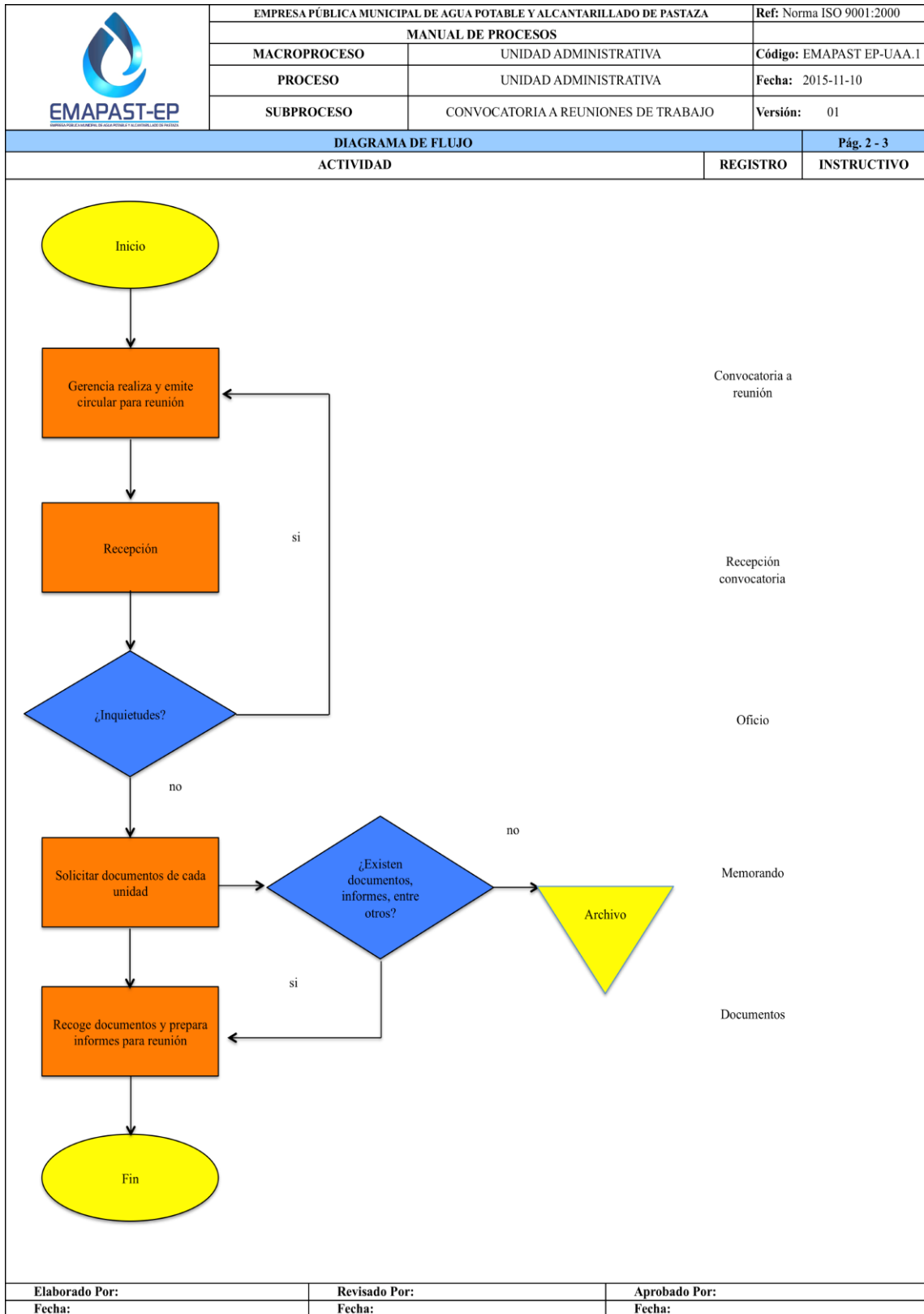


Ilustración No. 27: Flujograma de convocatoria reunión de trabajo
Elaborado por: Alba Rodríguez

La prestación de atención y escuchar las ponencias, produciendo un efecto positivo de liderazgo, para ello debe:

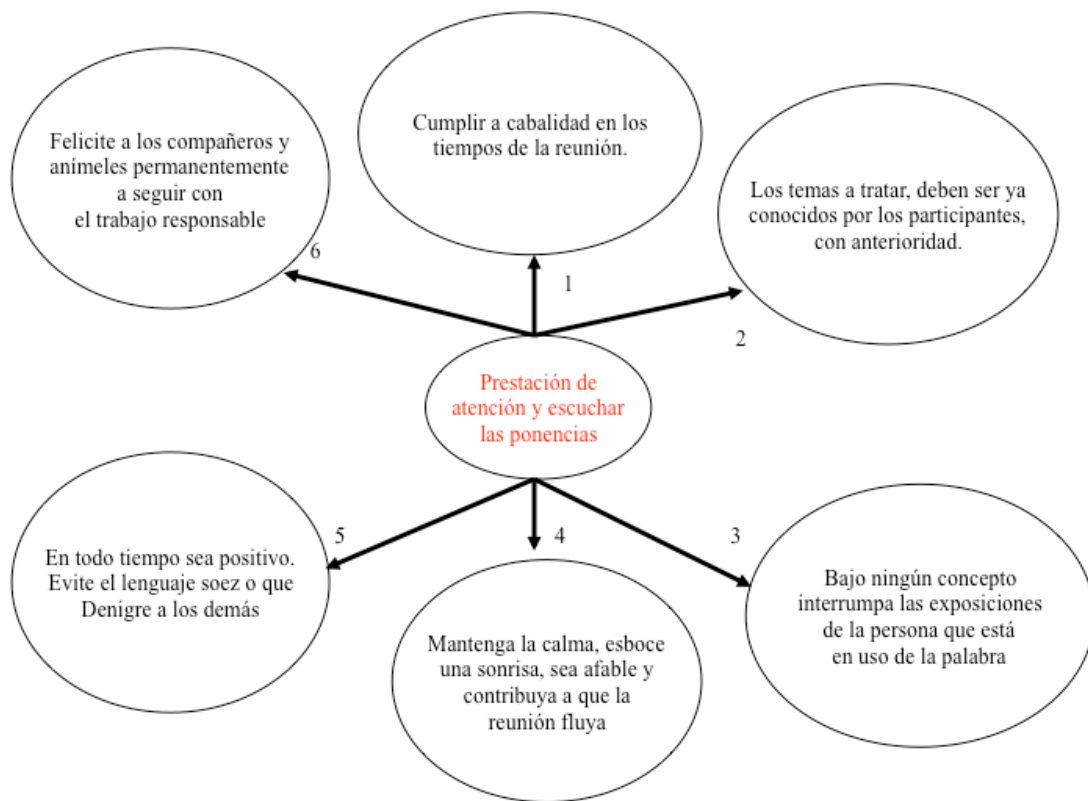


Ilustración No. 28: Prestación de atención y escuchar ponencia
Elaborado por: Alba Rodríguez

c) Presentación en la vida profesional

En el ámbito de las instituciones públicas, los clientes son los más importantes, en consideración de ello, se requiere imperiosamente que los funcionarios en su respectivo ámbito de trabajo tendrán su espacio para con los empleados y trabajadores; es por ello, que se emprende en la necesidad de relacionarse con los demás con tino y absoluto profesionalismo, por ello, el cliente debe ser presentado primero y por consiguiente atendido.



Foto No. 11: Prestación prioritaria a los clientes
Elaborado por: Alba Rodríguez

4.2.1.5. La comunicación en la empresa

a) El teléfono

Con el uso del teléfono, las instituciones y sus personeros, han acortado distancias y tiempo, en la posibilidad de lograr un resultado o simplemente en obtener una información, el manejo y uso del teléfono, se enmarca en la necesidad de una educabilidad a efectos de lograr una adecuada atención, con el fin de hacer sentir a su interlocutor, lo que significa el gran afecto y cuan importante es la persona para la institución, para la Universidad del Norte (2010), establece que:

El teléfono anuncia y escenifica con anterioridad un cambio cultural importante que tiene dos dimensiones: de un lado, el advenimiento de la proximidad virtual y la desaparición de la categoría lugar (del mundo real) y, de otro, la creación de un nuevo espacio público.

Con el teléfono se reexamina y se plantea en otros términos el significado de la proximidad, la distancia y la movilidad (como los significados del movimiento del cuerpo entre espacios y localidades); se define el uso del espacio y del lugar, y el valor de la presencia. (p. 268)

Uno de los medios de comunicación, sin duda es el teléfono, medio por el cual interactúan los usuarios externos como clientes externos de EMAPAST EP, por ello es importante determinar los procesos a seguir, en el siguiente Flujograma, y en el anexo No. 6, Pág. 130 constará el manual de procesos:

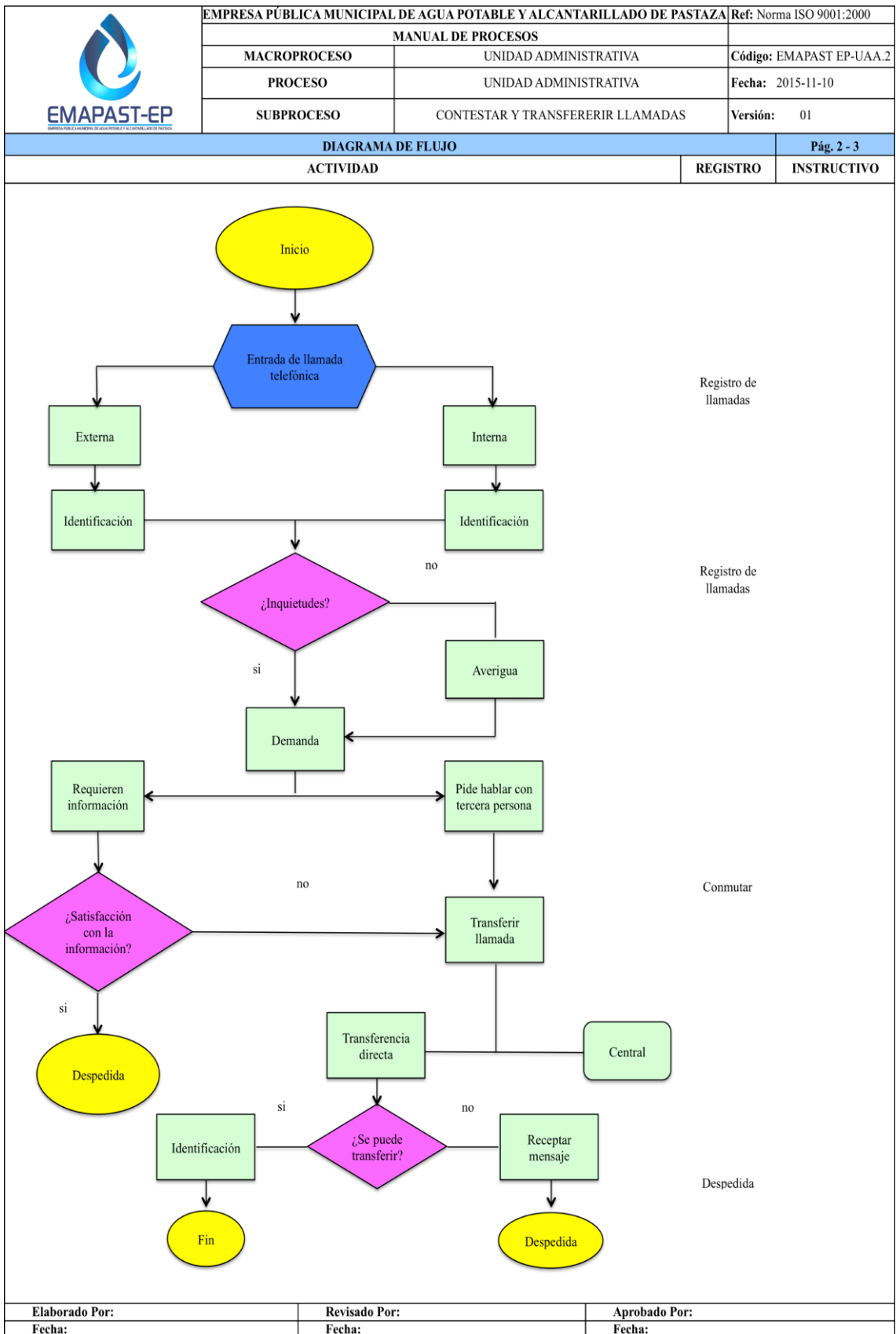


Ilustración No. 29: Flujograma atención telefónica
Elaborado por: Alba Rodríguez

El uso adecuado del teléfono, puede generar grandes beneficios a la empresa, para ello debe observarse lo siguiente:



Foto No. 12: Uso adecuado del teléfono
Elaborado por: Alba Rodríguez

Al escuchar el timbre del teléfono, éste debe ser contestado inmediatamente.

Ante ponga palabras positivas, como “buenos días”, “buenas tardes” al contestar y agradezca por llamar, hágale saber con quién está hablando y pídale sutilmente el nombre.

Bajo ningún concepto tutee a su interlocutor.

- Vocalice y exprese con un tono suave y sutil.
- Otro aspecto a tomar en cuenta, es la paciencia.

b) Comunicación escrita

Los procesos comunicativos entre las personas se ha acentuado en gran medida el tipo de comunicación escrita, que viene a ser vehículo de interlocución, cuando de detalles se refiere, a más de llevar una información, se convierte también en un documento de respaldo que puede, inclusive servir de evidencia.

Ilustración No. 30: La comunicación escrita
Elaborado por: Alba Rodríguez

A decir de Carrasco (2013) señala que:

En el ámbito profesional se concede cada vez mayor importancia al dominio de la comunicación escrita. La razón es la necesidad, vital para las empresas, de comunicar y de hacerlo de forma eficiente.

Al igual que la comunicación oral, la comunicación escrita se fundamenta en la utilización de las palabras como vehículo para la transmisión de los mensajes.

La comunicación escrita es la comunicación expresada por palabras representadas de manera gráfica.

Para conseguir que la comunicación resulte eficiente, es preciso adecuar la forma y el modo de transmisión al destinatario, lo que equivale a elegir entre lenguaje oral y lenguaje escrito en cada situación comunicativa. Con este fin, es necesario conocer las características distintivas de la comunicación escrita respecto de la oral. (p. 77) .

Es meritorio que la redacción de la comunicación escrita, requiere de cierto tino en la estructura de las palabras, así como en la sintaxis, pues se considera muy técnico el lenguaje y de alta comprensión, pues se trata de comunicar o hacer saber lo que se desea que conozca la otra parte. Para su redacción, se sugiere tomar en cuenta lo siguiente:

- En el encabezado consignar con claridad los nombres y cargo del destinatario.
- El contenido debe ser claro y preciso para no caer en la monotonía y cansancio al leerla.
- Si la carta tiene más destinatarios, se deberá consignar con claridad los datos de la otra persona, al pie de la carta.
- Toda carta merece una contestación, por lo que se debe hacer con cuidado y observando cuidadosamente lo especificado.

En virtud de ello, es conveniente considerar siguiente Flujograma, y en el anexo No. 7, Pág. 133, se detalla en el manual de procesos, la descripción:

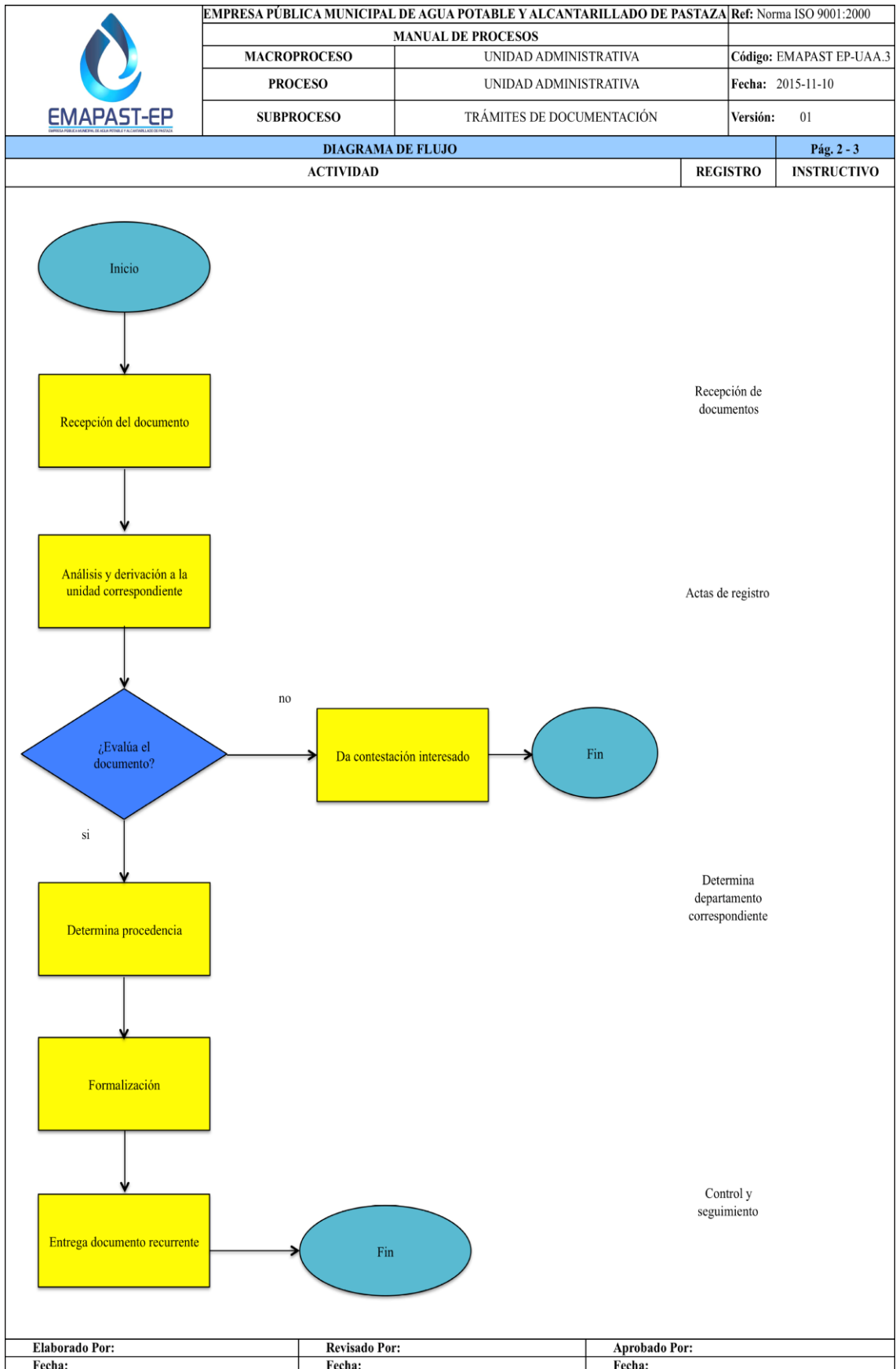


Ilustración No. 31: Flujograma de trámites de documentos
Elaborado por: Alba Rodríguez

c) Elementos de cortesía

Entre los elementos de cortesía que se debe observar, cuando redacta una carta, son las siguientes:

Cuadro 17: Elementos de cortesía

No se ponga en primera persona, cuando inicie la redacción de la carta.
Al dirigirse a su interlocutor, hágalo con cortesía y respeto, no caiga en el vulgarismo de tutear, por más conocido y confianza tenga.
Debe haber un orden, por ello se recomienda realizar un borrador, para corregir lo correspondiente.
Corrija las faltas de ortografía y de secuencia y sintaxis a sus pensamientos.
Cerciórese que los nombres y cargo del receptor de la carta estén correctos.
Utilice párrafos cortos y evite lenguaje muy coloquial.

Fuente: Propuesta

Elaborado por: Alba Rodríguez

d) Uso de los memorandos

El memorando es una comunicación de tipo interna, generalmente se da desde una autoridad, director o jefe a sus subalternos; hoy en día los términos descritos anteriormente se han descartado, ya que se propicia el trabajo en equipo, por tanto en esta modalidad la palabra jefe está demás. Sin embargo, es un documento imprescindible, en consideración de tener constancia del requerimiento, pues con ello se puede descargar de incumplimientos por terceras personas.

e) El correo electrónico

“Es un servicio de transmisión de datos a través de internet, el principal objetivo del correo electrónico es enviar un mensaje a un destinatario y recibir mensajes provenientes de otras personas” Arguedas (2014, pág. 14). En la actualidad es muy usual y común el intercambio de información a través del correo electrónico, facilita la comunicación, es rápida y agiliza la tramitación de la documentación en consideración de acortar tiempos, también contribuye al cuidado del medio ambiente.

f) La comunicación verbal

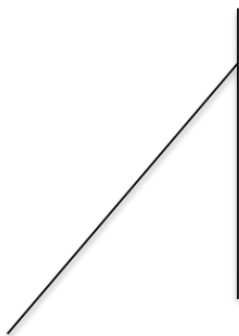
Una de las manifestaciones que tiene el ser humano es la comunicación verbal, es el mecanismo de interrelación de hacerse entender o simplemente como un mecanismo de



ser partícipe de una tertulia. El grado de conversación se evidencia muchos factores que se evidencia, como conocimiento, cultura, la sociabilidad, entre otros, dada esa connotación es preciso ser cuidadoso en la articulación de los conceptos.

Foto No. 13: Comunicación verbal
Elaborado por: Alba Rodríguez

Esta alocución se destaca la voz, por tanto depende y es de vital importancia modular adecuadamente, acentuando en los precisos instantes y acorde a la temática que se discorra. Según Wikipedia (2015), enfatiza que la “Comunicación verbal es el tipo de comunicación en la que se utilizan signos en el mensaje. Los signos son arbitrarios y/o convencionales, ya que expresan lo que se transmite y además son lineales; cada símbolo va uno detrás de otro”.



En la comunicación verbal se puede evidenciar el acompañamiento de gestos que es la oral y la escrita a través de la escritura.

Ilustración No. 32: La comunicación verbal
Elaborado por: Alba Rodríguez

g) La comunicación formal en la oficina o en público

Este tipo de comunicación es más estilizada, o dicho de otra manera, es técnica, ya que se asocia a las actividades que se tiene dentro del lugar de trabajo.

Cada uno empleará el lenguaje específico en función de la especialidad, generalmente aflora este tipo de comunicación en reuniones, conferencias o charlas.

Se destaca entonces: la precisión de los conceptos, se emplean palabras adecuadas y técnicas, se evidencia seguridad y dominio del tema, aflora el respeto y confianza entre los miembros.

Ilustración No. 33: La comunicación formal en la oficina
Elaborado por: Alba Rodríguez

Dada la connotación del trámite y el tratamiento de cada uno de los documentos, a continuación se detalla modelos de documentos que EMAPAST EP, utilizaría para mantener una constante con sus clientes internos como los externos:

Formato de memorando

	GERENCIA GENERAL CONTROL DE DOCUMENTOS	Tipo de documento: MEMORANDO Versión del documento: 1.0
---	---	--

**Memorando No. 04039-EMAPAST-GG-2015
Puyo, 16 de septiembre del 2015**

Para: ING. KARLA ANDALUZ
ING. PAOLA MEJÍA

Asunto: DISPOSICIÓN

Por medio del presente me permito comunicarles que al existir la invitación por parte de la Asociación de Municipalidades del Ecuador y sumilla del Sr. Alcalde para asistir al Taller: GESTIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS SISTEMAS AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO - INGRESO DE INFORMACIÓN AL SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN MUNICIPAL, se les delega a ustedes para asistir a la misma los días 24 y 25 de septiembre del 2015, en la ciudad de Riobamba.

Atentamente,


Ing. Walter Espín
GERENTE GENERAL DE EMAPAST EP.


Anexo: Oficio Circular AME-UTR3-2015-0052
Designación del Sr. Alcalde

C.C. Ing. María José Viñan, Analista de Talento Humano

ACCIÓN	NOMBRE	FIRMA	CARGO
ELABORADO POR:	Rocio Alfava		Asistente Ejecutiva de Gerencia

Ilustración No. 34: Formato de memorando
Elaborado por: Alba Rodríguez

Formato de oficio

	<p align="center">DIRECCIÓN DE INFRAESTRUCTURA Y OPERACIONES CONTROL DE DOCUMENTOS</p>	<p>Tipo de documento: MEMORANDO Versión del documento: 1.0 Página 1 de 1</p>
---	--	--

Oficio No.002-EMAPAST-DIO-2015
Puyo, 14 de Julio de 2015

Ing. Milton Romero
RESPONSABLE DEL DISEÑO URB. PUEBLO UNIDO

Reciba usted un atento y cordial saludo en nombre y en representación de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza.

En atención al memorando N° 0030-EMAPAST-GG-2015; se ha realizado la revisión del estudio presentado por su persona de la URBANIZACIÓN RURAL PRE-ASOCIACIÓN "PUEBLO UNIDO", esta dirección considera que debe ser aprobado, sin embargo es necesario que se tenga en cuenta los siguientes puntos:

- El único responsable de la colocación y entrega en condiciones óptimas las instalaciones hidrosanitarias en cada predio es el urbanizador, además el diseño es responsabilidad del proyectista.
- Para la firma de planos es necesario contar con dos originales de los cuales uno reposará en archivos de la Empresa más un archivo digital.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,


Ing. Katia Andaluz

DIRECTORA DE INFRAESTRUCTURA Y OPERACIONES



Resuelto
15/07/15
Wilton Romero

ACCIÓN	NOMBRE	FIRMA	CARGO
ELABORADO POR:	Ing. Viviana De Tero		Técnico de Saneamiento



Ilustración No. 35: Formato de oficio
Elaborado por: Alba Rodríguez

Formato de certificado de trabajo



EMPRESA MUNICIPAL
DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO
DEL CANTON PASTAZA

Puyo, 27 de enero de 2015



CERTIFICADO

El Departamento de Gestión de Talento Humano de la Empresa Pública EMAPAST-EP CERTIFICA que: la Sra. **ALBA SOBEIDA RODRÍGUEZ ORTIZ**, con cédula de ciudadanía No. **160041608-3**, estudiante de la novena fase de la carrera de Secretariado Gerencial de la ESPOCH extensión Puyo, ha realizado satisfactoriamente las prácticas preprofesionales en el Área Técnica de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza, EMAPAST-EP, desde el 01 de octubre de 2014 hasta el 05 de enero del 2015, cumpliendo las 480 horas establecidas para el efecto, según consta en los registros del reloj biométrico de la institución.

La interesada puede hacer uso lícito del presente certificado según convenga a sus intereses.

Abg. Jonathan Chávez Jaramillo
TALENTO HUMANO
EMAPAST-EP



Av. Alberto Zambrano y Francisco de Orellana - Langarales Municipales 7er piso
Secretaría General (C3) 2005-188 Atención al Cliente (U3) 8884 552 Fax: (C3) 2885-188
Sitio Web: www.emapast.com.ec Email: emapast@pmail.com
Puyo - Pastaza - Ecuador

Nuestro principal objetivo es su buen vivir

Ilustración No. 36: Formato de certificado de trabajo
Elaborado por: Alba Rodríguez

Formato de comunicado



Comunicado N° EMAPAST-GCOM-0037-2015
Puyo, 21 de septiembre del 2015

COMUNICADO

LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA, COMUNICA A LA CIUDADANÍA QUE DEBIDO A LAS FUERTES LLUVIAS QUE SOPORTA LAS PARTES ALTAS DE LAS CAPTACIONES, A OCASIONADO EL INCREMENTO DE TURBIEDAD DE AGUA Y TAPONAMIENTOS, POR TAL MOTIVO EXISTIRÁ UNA BAJA DE PRESIÓN EL DÍA DE HOY 21 DE SEPTIEMBRE DEL 2015, A PARTIR DE LAS 10H00 HASTA LAS 13H00, APROXIMADAMENTE, EN LOS BARRIOS CENTRAL, MIRAFLORES, AMAZONAS, OBRERO, CDA. DEL CHOFER, MARISCAL Y MÉXICO.

CUALQUIER INFORMACIÓN COMUNICARSE A LOS TELÉFONOS 032530-755 / 032530-003. SERÁ UN PLACER SERVIRLE.

AGRADECIENDO LA COMPRESION.



EMAPAST EP.

Alberio Zambrano Palacios y Francisco de Orellana © 032 530 755 / 032 530 003 • emapast@gmail.com
www.emapast.com.ec
[/Emapast](#)



Ilustración No. 37: Formato de comunicado
Elaborado por: Alba Rodríguez

4.2.1.6. El buen vestir

a) El arreglo personal

La presentación es un aspecto muy interesante y digno de tomarse en cuenta, pues es consecuencia de la buena costumbre, hábitos de bienestar y salud. Resalta a primera vista el aseo corporal, como una adecuada higienización bucal, ya que el aliento es el



vínculo de interrelación comunicacional, cuando habla. La presentación también se enfoca en un adecuado corte de cabello, cuidando que no exista rastro de caspa.

Foto No. 14: El arreglo personal
Elaborado por: Alba Rodríguez

Es importante considerar los siguientes lineamientos, los mismos que le ayudarán a mejorar su imagen personal:

- El baño es vital y ayuda, al tiempo de asearse, actúa como relajante.
- El uso de aditamentos de aseo, contribuyen a mantenerse en buena forma de presentación.
- Después de cada comida, es vital cepillarse, y si ha consumido algún alimento de fuerte condimento, ayudará mucho enjuagarse la boca o masticar una goma.

b) La presentación femenina



Foto No. 15: Presentación femenina
Elaborado por: Alba Rodríguez

El uso de maquillaje debe ser medido y acorde a la ocasión y vestimenta que use.

Cuide con periodicidad el corte de las uñas. No se exagere en la pintura.

El cuidado y corte del cabello también favorece una buena presentación.

Ilustración No. 38: Presentación femenina
Elaborado por: Alba Rodríguez

c) La presentación masculina

- El cabello debe lucir impecable, por ello debe estar recortado.
- Mantenga aseado las fosas nasales como los oídos.
- El calzado debe lucir bien limpio y adecuadamente lustrado.
- Prendas y demás aditamentos que utilice en su trabajo, deben estar limpios.
- Permanentemente sonría.



Foto No. 16: Presentación masculina
Elaborado por: Alba Rodríguez

4.2.1.7. Vístase de acuerdo a la ocasión

- a) Vestir adecuadamente para una entrevista de trabajo

Para Caldas, Castellanos & Hidalgo (2014), enfatizan que:

La entrevista de trabajo es clave en el proceso de selección de personal. Con ella se pretende obtener información del candidato para ver si se adecua al puesto vacante y a la empresa. Durante la misma, se informa al candidato sobre la empresa y las funciones de su futuro puesto de trabajo.

Antes de acudir a una entrevista debes reflexionar sobre tus capacidades, aptitudes e intereses profesionales para lograr prepararte con el máximo detalle. (p. 349)

Es preciso observar ciertas condicionantes que le permitirán actuar con objetividad en la entrevista:

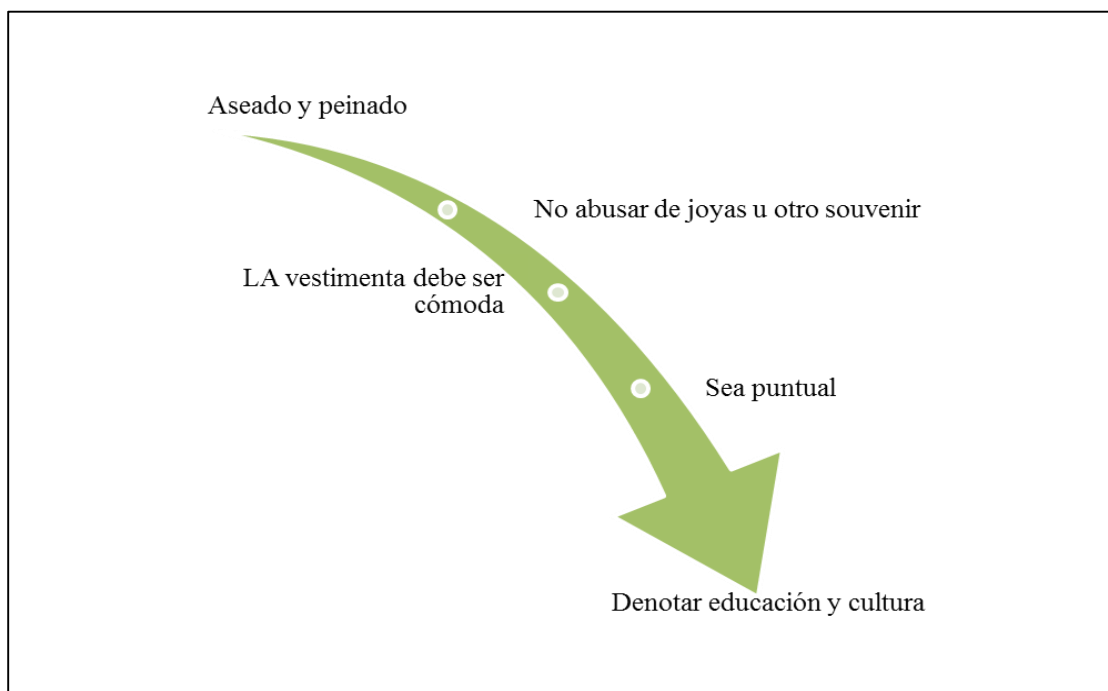


Ilustración No. 39: Condiciones para la entrevista
Elaborado por: Alba Rodríguez

b) La imagen que proyecta a los demás dice mucho de usted

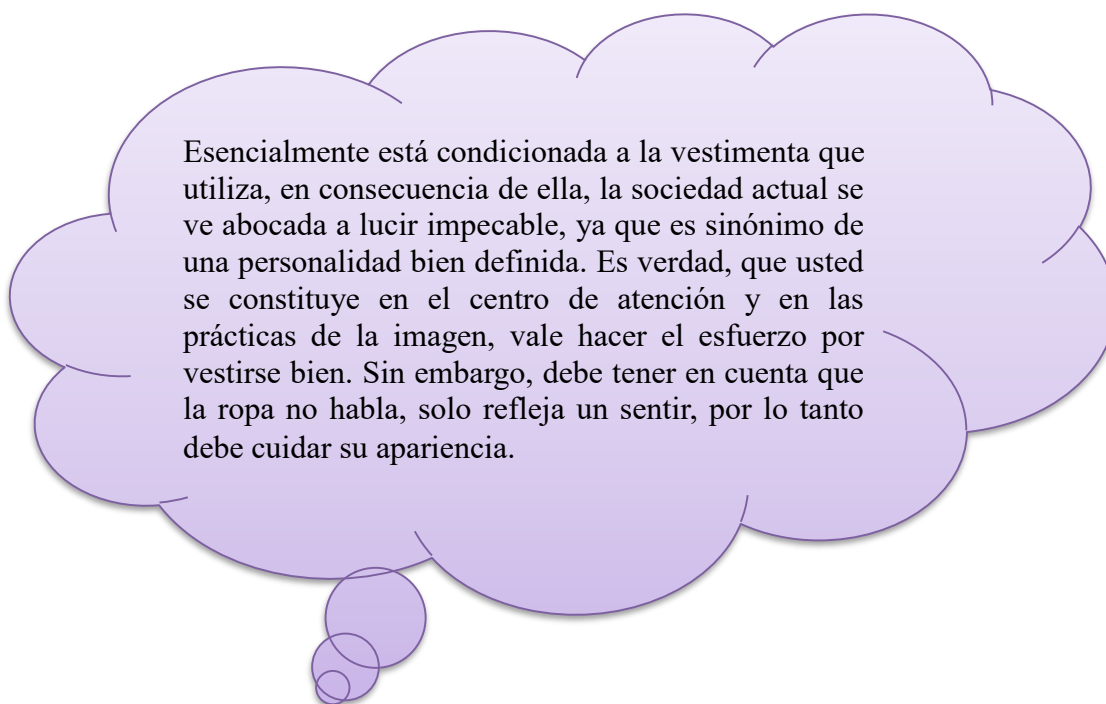


Ilustración No. 40: Tips de la imagen
Elaborado por: Alba Rodríguez

c) La condición física, la salud y el ejercicio

La práctica de la actividad física ayuda a mantener una adecuada salud, al tiempo que le permite gozar una buena condición física y mantenerse activo, le ayudará a despejar su



mente y su espíritu se regenerará, permitiéndole a mantenerse siempre despierto, ágil y de buen humor, por ello vale la pena realizar actividad física.

Foto No. 17: La actividad física
Elaborado por: Alba Rodríguez

4.2.2. Protocolo

El protocolo se constituye en la manera de recibir a las personas que visitan una institución, se determina en la esencia misma del comportamiento de todos los miembros de la empresa, para adaptarlo paulatinamente a los servicios que pueda darse.

Generalmente, la primera impresión a la vista está en los guardianes así como en las instalaciones, así también la limpieza y todos los elementos en sus respectivos lugares.

Denota organización y liderazgo. Los actos de las personas, es otro de los indicadores, cuando saludan, se prestan sin pedirlo a ayudar, cuando se acercan y le ofrecen ayuda o guiarlo al lugar que ha solicitado.

Ilustración No. 41: El protocolo
Elaborado por: Alba Rodríguez

Estos sentimientos y acciones, consolidan una adecuada imagen de los personeros como de la institución, para Maqueda (2003) señala que:

Consideramos que el protocolo es un arte, que puede entenderse como una virtud, debido a que tiene que ver con la manera de comportarse las personas. Sería el arte de hacer las cosas que hay que hacer de una manera perfecta y natural a la vez. (p. 42)



Ilustración No. 42: Maneras de comportarse
Elaborado por: Alba Rodríguez

4.2.2.1. Las precedencias

a) Significado. Situaciones

Las precedencias dentro del ámbito del protocolo empresarial, es el arte de ubicar en el lugar que corresponde a cada persona, denotando conocimiento e importancia al rango que ostente cada uno de los invitados, esto en el caso de una ceremonia oficial.

Es de vital importancia tener el conocimiento y el tino a la hora de ubicar a los invitados, considerando que cada uno tiene la importancia, por lo que quisieran estar en primera, lo cierto es que con una adecuada capacitación se puede sortear ciertos inconvenientes, de tal manera que cada uno se halle satisfecho y la imagen de la empresa se consolide.

4.2.2.2. Título y tratamientos a las autoridades

Es el proceso de atender a las personas, mediante el adecuado pronunciamiento del título o cargo que ostente, sea de forma verbal o escrita, con ello se embarca en el respeto y consideración hacia los demás.

a) Los tratamientos oficiales

Los tratamientos oficiales que imperan en las organizaciones muchas de las veces pasan desapercibidas en el común de los ciudadanos, pero es importante para los personeros de la empresa, máxime en el ambiente social de la institución, cuyos empleados y trabajadores obligatoriamente deben conocer, a continuación se detallan los tratamientos oficiales:

Cuadro 18: Los tratamiento oficiales

Autoridad institución	y/o	Trato epistolar	Trato personal	Para referirse
Presidente de la República	de la	Excelentísimo Señor Excelente	Señor Presidente	Su Excelencia, el Presidente de la República
Presidente de la Asamblea Nacional	de la	Excelentísimo Señor	Señor Presidente	Excelentísimo Señor

Asambleístas	Honorable Asambleísta	Asambleísta	Honorable Asambleísta
Presidente de la Judicatura	Excelentísimo Señor	Señor Presidente	Excelentísimo Señor
Juez	Su señoría	Señoría	Señoría
Ministros	Excelentísimo Señor	Señor Ministro	Señor Ministro
Alcaldes	Señor Alcalde	Señor Alcalde	Señor Alcalde
Prefectos	Señor Prefecto	Señor Prefecto	Señor Prefecto
Concejal	Señor Concejal	Señor Concejal	Señor Concejal
Rectores	Señor Rector	Rector	Señor Rector
Cardenal	Eminencia Reverendísima	Monseñor	Monseñor Su Eminencia
Papa	Sumo Pontífice	Su Santidad	Su Santidad
Arzobispos y Obispos	Excelentísimo Reverendísima	Monseñor	Monseñor Su Eminencia
Cura Párroco	Presbítero	Señor Cura Padre	Padre
Sacerdotes en general	Reverendo Padre	Padre	Reverendo Padre
Religiosa	Reverenda Madre Sor	Sor Madre Hermana	Reverenda Madre Hermana
Nuncio Apostólico	Su Excelencia Reverendísima	Excelencia Monseñor	Su Excelencia Reverendísima
Embajador Extranjero	Excelentísimo Señor	Señor Embajador	Su Excelencia
Encargado de Negocios	Honorable Señor	Señor	Honorable Señor
Representantes de Organismos Internacionales	Honorable Señor	Señor	Honorable Señor
Miembros de Honorable Cuerpo Diplomático	Honorable Señor	Señor	Honorable Señor
Directores	Señor Director	Señor Director	Señor Director

Fuente: <https://www.google.com.ec/#q=manual+de+etiqueta+y+protocolo> (2014)

Elaborado por: Alba Rodríguez

4.2.2.3. Tipos de protocolo

a) Protocolo empresarial

Según lo publicado en el Blog sobre protocolo en la empresa (2013), hace una reminiscencia en el sentido de que:

Es el compendio de normas escritas que regulan la actuación de una empresa, tanto interna como externamente. Las habilidades sociales son transmitidas y siempre se refieren a personas o grupos, más o menos grandes que establecen unas pautas de convivencia y, en definitiva de comunicación.

Otra definición de protocolo empresarial sería el conjunto de normas y técnicas necesarias para la planificación, preparación, desarrollo y control de actos promovidos por empresas privadas.

Por otro lado, podemos hablar también de protocolo empresarial mixto, que son aquellos actos en los que participan tanto empresas privadas como instituciones públicas. Se combinan, normas establecidas por el Estado con usos y costumbres establecidas por las empresas.

Se considera imprescindible que los empleados y trabajadores de la Empresa Pública Municipal de agua potable y alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) de la ciudad de Puyo, se capaciten periódicamente y rememoren procedimientos de interrelación, basados en los actos protocolares, con ello contribuirían al fortalecimiento institucional como a la consolidación de la imagen de la empresa.

b) Protocolo social

Generalmente es practicado en los ámbitos familiares, sin embargo en las instituciones, el conjunto de personas que lo conforman suelen participar de reuniones sociales, en el que se debe considerar un protocolo, esto es, normas usualmente practicadas y a la que los integrantes deben observar cuidadosamente, por cierto, los más antiguos son los que inculcan en los nóveles trabajadores en las reglas que se deben seguir y no cometer ciertos desaires; a decir de Cabello, Gutiérrez & Grau (2015)

Definimos el protocolo social como el conjunto de normas o reglas aceptadas que deben cumplirse, no sólo en ámbitos oficiales, sino también en el social, laboral, político, militar, deportivo... En definitiva, el protocolo podría considerarse el conjunto de normas que explican qué hacer o cómo actuar en según qué casos. (p. 105)

En ese sentido, vale tomar las precauciones necesarias, a fin de no dejar cabos sueltos a la hora de recibir y dar las atenciones debidas a los invitados, estas reglas convergen en el conocimiento pleno para aplicarlos debidamente, por ello la necesidad de practicarlos

permanentemente, en el afán de que todo el personal de EMAPAST EP, tomen conciencia de su aplicabilidad.



Foto No. 18: Protocolo social
Elaborado por: Alba Rodríguez

c) Organización de actos

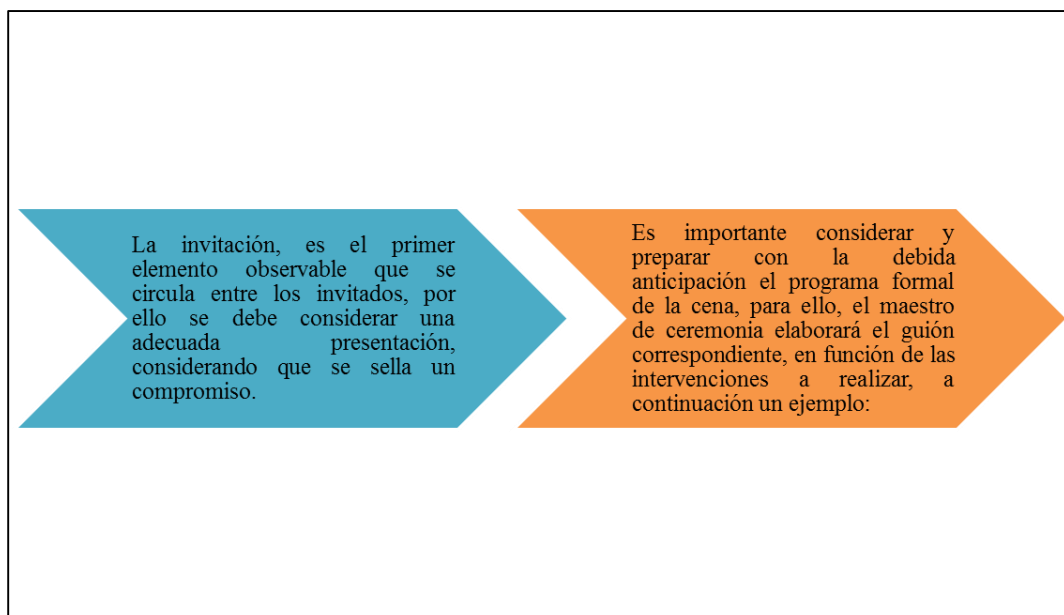


Ilustración No. 43: Organización de actos
Elaborado por: Alba Rodríguez

Ejemplo de un programa social



PROGRAMA POR LA CONMEMORACIÓN DEL QUINTO ANIVERSARIO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA (EMAPAST EP) DE LA CIUDAD DE PUYO

EVENTO: CENA DE ANIVERSARIO

DÍA: JUEVES 6 DE AGOSTO de 2015

HORA: 7: P.M.

LUGAR: EL ÁBACO.

LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA (EMAPAST EP) DE LA CIUDAD DE PUYO, EN LA ETOPEYA INSTITUCIONAL, NOS ESTAMOS REUNIENDO EN LA ESENCIA MISMA DEL HOMBRE, PARA RENDIR UN JUSTO Y MERECIDO HOMENAJE A LOS HOMBRES Y MUJERES DE ESTA VIRTUOSA Y EMPRENDEDORA INSTITUCIÓN.

CONVENCIDOS, EN LA PARTICIPACIÓN MANCOMUNADA, A TRAVÉS DEL QUEHACER DIARIO, AUTORIDADES, DIRECTIVOS, EMPLEADOS Y TRABAJADORES, TODOS Y TODAS QUE NOS HONRAN CON SU PRESENCIA, LES INVITAMOS APRESTARNOS PARA DISFRUTAR Y SOBRE TODO PARA ENTENDER CON PROFUNDA CONVICCIÓN, LAS DELICIAS Y LA EXQUISITEZ CON LA QUE LOS MIEMBROS DE EMAPAST EP, HOY RINDEN SUS PARABIENES AL HOMBRE TRABAJADOR.

EN ESTA PARTE, Y PARA DAR INICIO A LA PROGRAMACIÓN, NOS PERMITIMOS EN SOLICITAR LA PRESENCIA DE LA SEÑORITA INGENIERA MARÍA JOSÉ VIÑÁN, ANALISTA DE TALENTO HUMANO DE EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA.

1. SALUDO DE BIENVENIDA A CARGO DE LA SEÑORITA ING. MARÍA JOSÉ VIÑÁN, ANALISTA DE TALENTO HUMANO DE EMAPAST EP.

CON ALEGRÍA Y ALBORAZADOS, EL DÍA DE HOY, NOS HEMOS REUNIDO PARA MATIZAR EN LETRAS DE ORO UN ANIVERSARIO DE ARDUO TRABAJO, ESFUERZO MONOLÍTICO DE LAS AUTORIDADES, TRABAJADORES, EMPLEADOS Y LO ESENCIAL Y RAZÓN DE EXISTENCIA DE EMAPAST EP, NUESTROS CLIENTES, QUE HAN CONFIADO Y SIGUEN DÁNDONOS EL RESPALDO.

RENDIMOS PLEITESÍA, ALBORAZADOS ESTE ANIVERSARIO CON EL REGOCIJO PROPIO DE LA SATISFACCIÓN DE FORTALECER LA SOLIDARIDAD, LA ANUENCIA Y LA VOLUNTAD DE GENTE EMPRENDEDORA QUE AHORA MISMO PROYECTA OTROS NIVELES EN EL DESARROLLO DE ESTE BELLO RINCÓN DE SILENCIO, MAJESTUOSIDAD Y EXUBERANCIA.

Y SEGUIDAMENTE ME CONGRATULO EN PRESENTAR AL SEÑOR INGENIERO WALTER ESPÍN, GERENTE DE EMAPAST EP, QUIEN SE DIRIGIRÁ A LOS PRESENTES, EN ESTA NOCHE DE LA CONFRATERNIDAD.

2. PALABRAS DEL SEÑOR INGENIERO WALTER ESPÍN, GERENTE DE EMAPAST EP.

EL BIEN COMÚN ES EL SENTIMIENTO DE TRABAJO DE LOS FUNCIONARIOS DE EMAPAST EP, A LO LARGO DE ESTE AÑO, SE HA PODIDO DAR UN SERVICIO PERSONALIZADO Y SUBSANAR CON PRONTITUD LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES.

PROSIGUIENDO CON ESTA GALA, HARÁ USO DE LA PALABRA, LA SEÑORITA ALBA SOBEIDA RODRÍGUEZ, EN REPRESENTACIÓN DE LOS EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE EMPAST EP, EN EL OFRECIMIENTO DEL ACTO.

3. INTERVENCIÓN DE LA SEÑORITA ALBA SOBEIDA RODRÍGUEZ.

EMAPAST EP, INSTITUCIÓN PÚBLICA ES CUNA DEL DESARROLLO, TIENE EL AGRADO DE RECIBIR EN ESTE QUINTO ANIVERSARIO, A LA ARTISTA CECILIA MEDRANDA, AFROECUATORIANA, QUE CON SU VOZ Y PRESENCIA ESCÉNICA, RENDIRÁ SU HOMENAJE A QUIENES FORMAN PARTE DE ESTA EMPRESA.

4. PRESENTACIÓN DE LA ARTÍSTICA DE CECILIA MEDRANDA

DESPEDIMOS CON UN FUERTE APLAUSO A CECILIA MEDRANDA, SABIENDO QUE ESTA INSTITUCIÓN SE PRECIA DE SER CONSIDERADA PLURICULTURAL, POR NUESTRA DIVERSIDAD ÉTNICA, Y DENTRO DE ESE BAGAJE CULTURAL, NOS PRECIAMOS EN ACOGER A LOS AFROECUATORIANOS.

GENTILMENTE INVITAMOS A LOS PRESENTES, EN ESE ABRAZO FRATERNAL Y CON EL COMPROMISO DE SEGUIR ESFORZÁNDOSE PARA HACER GRANDE A EMAPAST EP, CON EL FERVIENTE DESEO DE TRABAJO Y COLABORACIÓN DE LOS CLIENTES A LOS QUE NOS DEBEMOS, A DEGUSTAR UNA RIQUEZÍSIMA CENA. ¡BUEN PROVECHO FAMILIA EMAPAST EP...!

5. INVITACIÓN A SERVIR LA CENA

Y LOS ARPEGIOS Y SONIDOS ANCESTRALES DE LA MÚSICA, SE LLENAN DE LA ALGARABÍA PROPIA DE LA NATURALEZA BAJO LA INTERPRETACIÓN DE YACU VITERI, QUIEN NOS CONTAGIA, CON SU MENSAJE, EL CANTO DE LOS PÁJAROS Y EL RITMO NATURAL DE LAS CASCADAS, QUE ENTONAN MELODÍAS SOBRE LA MAJESTUOSIDAD DE LA NATURALEZA Y EL VAIVÉN DE LOS VIENTOS, HURACANES Y TORMENTAS; LLEVÁNDONOS DE LA MANO HACIA LA ARMONÍA Y EL PRESAGIO DE LOS NUEVOS TIEMPOS.

CON USTEDES EL COMPOSITOR Y CANTAUTOR KICHWA, YACU VITERI.

6. PRESENTACIÓN ARTÍSTICA DE YACU VITERI

LAS INSTITUCIONES DE DESARROLLO Y REPRESENTACIONES ESTÁN A POCOS KILÓMETROS EN LA CAPITAL DE LA PROVINCIA Y CONSIDERAMOS QUE SE DEBEN ATENDER COSTUMBRES, TRADICIONES, RITOS PROPIOS DE CANELOS COMO CLARO PATRIMONIO DE SU AUTENTICIDAD.

EN ESTA PARTE, AGRADECEMOS SU GENTIL PRESENCIA, CON EL COMPROMISO DE SEGUIR UNIDOS PARA SERVIR CON CALIDAD Y CALIDEZ, OFRECEMOS LA NOCHE, PARA QUE DISFRUTEMOS CON ALEGRÍA Y PRUDENCIA.... SEÑORAS Y SEÑORES MUY AMABLES SU PRESENCIA A RESALTADO ESTA NOCHE.

7. FIN DE LA PROGRAMACIÓN

CONCLUSIONES

- Al evaluar la etiqueta y protocolo, se pudo determinar que los empleados y trabajadores de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP, tienen falencias sobre los procesos de atención y servicios, ya que se evidencia un inadecuado trato a los clientes externos de la empresa; por consiguiente la desmotivación es real en los funcionarios de la empresa, fruto del poco gusto por sus tareas.
- En el análisis sobre el aporte de etiqueta y protocolo para consolidar la imagen corporativa, se considera que no se ha consolidado adecuadamente la imagen de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP y se corrobora por que no se conoce o se haya escuchado sobre los servicios que la empresa da a la comunidad.
- Los personeros de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP, no han participado en ámbitos de capacitación sobre el manejo de procesos de comportamiento observando la etiqueta y protocolo, lo que incide significativamente en el trabajo de equipo como en el trato a la comunidad de la empresa, por lo que es evidente la necesidad de capacitarse a través de una guía de etiqueta y protocolo para mejorar su imagen personal como de la institución.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones propuestas se derivan de las conclusiones logradas de la investigación, siendo las siguientes:

- La etiqueta y protocolo tienen que ser fortalecidas para que los empleados y trabajadores de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP, mejoren los procesos de atención y servicios y puedan dar un adecuado trato a los clientes externos de la empresa; así mismo, se motiven los funcionarios de la empresa y se evidencie una muy buena predisposición al cambio.
- Con una adecuada aplicación y comportamiento de la comunidad de los procesos de etiqueta y protocolo, se podrá consolidar la imagen corporativa, permitiendo el posicionamiento de la imagen de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP en la comunidad.
- Aplicar la guía de etiqueta y protocolo de la imagen corporativa para la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza EMAPAST EP de la ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza, mediante procesos de capacitación a los personeros la Empresa y mejorar la imagen personal como de la institución.

BIBLIOGRAFÍA

- Arguedas, J. (2014). *Aprenda a navegar en internet: Trucos y pasos para iniciar en la internet*. Rashitec Solutions.
- Avendaño, C. (2008). *Relaciones estratégicas. Comunicación internacional*. Santiago: Eduvim.
- Baguer, Á. (2011). *Dirección de empresas*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Burgos, T., & Mendoza, F. (2008). *Diseño de un plan de capacitación para la aplicación de las normas de protocolo y etiqueta en el área secretarial del Municipio de Manta*. Manta: Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí.
- Burns, N., & Grove, S. (2004). *Investigación en enfermería*. Madrid: Elsevier.
- Cabello, A., Gutiérrez, R., & Grau, A. (2015). *Administración y gestión de las comunicaciones de la dirección*. Madrid: Paraninfo.
- Caldas, M., Castellanos, A., & Hidalgo, M. (2014). *Formación y orientación laboral*. Madrid: Editex.
- Caldas, M., Castellanos, A., & Hidalgo, M. (2014). *Formación y orientación laboral*. Madrid: Editex.
- Caldevilla, D. (2007). *Manual de relaciones públicas*. Madrid: Visión.
- Capriotti, P. (2008). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona: Ariel S.A.
- Carrasco, S. (2013). *Técnicas de información y atención al cliente/consumidor*. Madrid: Paraninfo.
- Cuadrado, C. (2007). *Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios*. Madrid: FC Editorial.
- Devecchi, J. (2014). *Lexicoaching*. Suiza: Lulu.com.
- Editorial Vértice. (2008). *Marketing estratégico*. Málaga: Vértice.
- Enrique, A., Madroñero, G., Morales, F., & Soler, P. (2008). *La planificación de la comunicación empresarial*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Estébanez, B. (2003). *Protocolo social y empresarial, comportamiento y desenvolvura social y empresarial, nociones básicas de protocolo social y empresarial*. Madrid: London Diplomatic Academy.

- Flores, B., & León, D. (2012). *El conocimiento y aplicación de las normas de etiqueta y protocolo y su incidencia en la imagen institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mira*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- García, C. (2014). *Inteligencia emocional una escalera hacia la excelencia humana*. Madrid: César García-Rincón.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Buenos Aires: Bruhas.
- González, M. (2012). *Gestión eficaz del tiempo*. Málaga: Innovación y cualificación.
- I. Concejo Cantonal de Pastaza. (6 de Agosto de 2010). Ordenanza. *Ordenanza de constitución, organización y funcionamiento de la Empresa Pública Municipal de agua potable y alcantarillado de Pastaza - EMAPAST EP*. Puyo, Pastaza, Ecuador: Gadm Pastaza.
- La Calle, G., Caldas, E., & Carrión, R. (2012). *La empresa como comunidad de personas (Recursos humanos y responsabilidad social corporativa). Ciclos formativos*. Madrid: Editex.
- Lario, J. (2014). *Comunicación y protocolo empresarial en los países de la zona euro*. Madrid: Dykinson, S.L.
- Maqueda, J. (2003). *Protocolo empresarial una estrategia de marketing*. Madrid: Esic.
- Martínez, E., & González, P. (2014). *Comunicación e interactividad*. Madrid: Acci.
- Martínez, M. (2007). *Manual básico de protocolo empresarial y social*. España: Diaz de Santos.
- Matilla, K. (2009). *Conceptos fundamentales en la planificación estratégica de las relaciones públicas*. Barcelona: UOC.
- Mendoza, A., & Briz, E. (2003). *didáctica de la lengua y la literatura para primaria*. Madrid: Pearson Educación.
- Mesonero, M., & Alcaide, J. (2012). *Marketing industrial. Cómo orientar la gestión comercial a la relación rentable y duradera con el cliente*. Madrid: Esic.
- Morales, E. (2014). *Apoyo a la comunicación*. Madrid: Paraninfo.
- Muñoz, M. (2010). *Protocolo y relaciones públicas*. Madrid: Paraninfo.
- Otero, M. (2009). *Protocolo y organización de eventos*. Barcelona: UOC.

- Otero, M. (2011). *Protocolo y empresa el ceremonial corporativo*. Barcelona: UOC.
- Perdiguero, T., & García, A. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Pintado, M., & Sánchez, J. (2013). *Imagen corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: Esic.
- Protocolo.org. (6 de Junio de 2014). *La cortesía del fumador*. Recuperado el 27 de Agosto de 2015, de https://www.protocolo.org/social/etiqueta_social/la_cortesia_del_fumador.html
- Pulido, R., Ballén, M., & Zúñiga, F. (2007). *Abordaje hermenéutico de la investigación cualitativa. Teorías, proceso, técnicas*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Restrepo, H., & Málaga, H. (2001). *Promoción de la salud: Cómo construir vida saludable*. Bogotá: Médica Panamericana.
- Rivas, L. (27 de Junio de 2013). Recuperado el 3 de Agosto de 2015, de La importancia de la imagen personal en el ámbito laboral:
- Rodríguez, I. (2007). *Estrategias y técnicas de comunicación. Una visión integrada en el marketing*. Barcelona: UOC.
- Rodríguez, V. (2008). *Comunicación corporativa: un derecho y un deber*. Santiago de Chile: Ril.
- Universidad del Norte. (2010). *Tic, comunicación y peruiodismo digital. Tomo I: Normatividad, accesibilidad y escenarios de desarrollo*. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Villalba, C. (2004). *Metodología de la investigación científica*. Quito: Sur.

WEBGRAFÍA

- EMAPAST EP. (18 de Febrero de 2011). *Emapast ep*. Recuperado el 15 de Agosto de 2015, de http://www.emapast.com.ec/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=8&Itemid=191
- Ministerio del Interior. (14 de Junio de 2014). *322 policías fueron desvinculados de las filas policiales*. Recuperado el 2 de Agosto de 2015, de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/322-policias-son-desvinculados-de-las-filas-policiales/>
- Mujeres de empresa. (28 de Abril de 2005). *Etiqueta: La imagen personal y profesional*. Recuperado el 3 de Agosto de 2015, de <http://www.mujeresdeempresa.com/etiqueta-la-imagen-personal-y-profesional/>
- Portal de Ecuavisa. (6 de Enero de 2015). *Los restos del capitán René Morales están siendo velados en Imbabura*. Recuperado el 2 de Agosto de 2015, de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/94577-restos-del-capitan-rene-morales-estan-siendo-velados-imbabura>
- Sabina Serrano. (9 de Mayo de 2006). *¿Sabes apretar la mano correctamente?* Recuperado el 28 de Agosto de 2015, de <http://www.mejorartucv.com/sabes-apretar-la-mano-correctamente/>
- Universia. (18 de Septiembre de 2012). *Cómo construir relaciones positivas en tu lugar de trabajo*. Recuperado el 28 de Agosto de 2015, de <http://noticias.universia.edu.pe/empleo/noticia/2012/09/18/967186/construir-relaciones-positivas-lugar-trabajo.html>
- Wikipedia. (27 de Agosto de 2015). *Comunicación verbal*. Recuperado el 28 de Agosto de 2015, de https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_verbal

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista estructurada a las autoridades de EMAPAST EP



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

GUÍA DE ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA (EMAPAST EP) DE LA CIUDAD DE PUYO

Objetivo

Analizar las acciones de etiqueta y protocolo que brinda la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) a los usuarios internos y externos.

Datos informativos:

Lugar: Puyo.

Fecha:

Hora:

Entrevistadora: Alba Sobeida Rodríguez Ortiz.

Entrevistado (a):.....

Preguntas:

- 1. Detalle objetivamente ¿Cuáles son los procesos de relación con los miembros de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?**

.....

2. **¿Qué mecanismos ha desarrollado para generar sinergia con los clientes de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?**

.....

3. **¿Qué acciones ha desarrollado para que la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) posea la imagen corporativa como tal en la comunidad?**

.....

1. **¿Qué debilidades cree poseer la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) al respecto de normas de etiqueta y protocolo que manejan sus colaboradores?**

.....

La entrevista ha concluido.

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 2: Encuesta a los clientes internos de EMAPAST EP



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

ENCUESTA A LOS CLIENTES INTERNOS DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA (EMAPAST EP) DE LA CIUDAD DE PUYO

Objetivo

Analizar las acciones de etiqueta y protocolo que brindan los clientes internos de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP).

Datos informativos:

Lugar:

Fecha:

Encuestadora: Alba Sobeida Rodríguez Ortiz.

Instrucciones:

- No escriba su nombre, la encuesta es anónima.
- Marque con una “X” lo correspondiente y utilice letra de imprenta.
- La información es confidencial.

Preguntas:

1. **¿Cuánto conoce sobre el empleo de etiqueta y protocolo en la empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?**

Mucho () Poco () Nada ()

2. **¿Cómo es el trato entregado por usted hacia los clientes internos y externos de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?, siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.**

Muy adecuado () Adecuado () Inadecuado ()

Ni adecuado, ni inadecuado () Muy inadecuado ()

3. **¿Señale en orden de importancia los hábitos más frecuentes utilizados por usted en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?, siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.**

Uniforme () Saludo()

Organización () Imagen personal ()

4. **¿Considera que la imagen de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) actualmente es conocida en la comunidad?:**

Si () No ()

5. **Con qué frecuencia ¿Ha recibido capacitación en el manejo de normas de etiqueta y protocolo para consolidar su imagen profesional?**

1 vez al mes ()

1 vez al año ()

Nunca ()

1 sola vez desde que inició a trabajar en EMAPAST EP ()

6. Bajo su criterio, para fortalecer la etiqueta y protocolo en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP), ¿qué recomendaría a la empresa?

- Charlas ()
- Guía de etiqueta y protocolo ()
- Contratar un profesional ()
- Predisposición de los empleados ()
- Otros ()

La encuesta ha terminado.

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 3: Encuesta a los clientes externos de EMAPAST EP



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

ENCUESTA A LOS CLIENTES EXTERNOS DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA (EMAPAST EP) DE LA CIUDAD DE PUYO

Objetivo

Conocer la calidad y atención al servicio que los clientes internos de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP), brindan a los usuarios externos.

Datos informativos:

Lugar:

Fecha:

Encuestadora: Alba Sobeida Rodríguez Ortiz.

Instrucciones:

- No escriba su nombre, la encuesta es anónima.
- Marque con una “X” lo correspondiente y utilice letra de imprenta.
- La información es confidencial.

Preguntas:

1. ¿Cómo es el trato recibido por la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?

Muy adecuado ()

Adecuado ()

Ni adecuado, ni inadecuado ()

Inadecuado ()

Muy inadecuado ()

2. ¿Considera que los funcionarios de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) se sienten a gusto en sus tareas para atender a los usuarios?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

3. ¿Estima que la apariencia personal de los colaboradores de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) es influyente en la imagen de la empresa?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

4. ¿Conoce o ha escuchado sobre los servicios que presta la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?

Si ()

No ()

5. ¿Considera que la imagen de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) actualmente es conocida en la comunidad del Cantón Pastaza?:

Si ()

No ()

6. Bajo su criterio, para fortalecer la etiqueta y protocolo en la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP), ¿qué recomendaría a la empresa?

- Charlas ()
- Guía de etiqueta y protocolo ()
- Contratar un profesional ()
- Predisposición de los empleados ()
- Otros ()

La encuesta ha terminado.

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 4: Entrevista desarrollada a los directivos de EMAPAST EP



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

GUÍA DE ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA (EMAPAST EP) DE LA CIUDAD DE PUYO

Objetivo

Analizar las acciones de etiqueta y protocolo que brinda EMAPAST EP a los clientes internos y externos.

Datos informativos:

Lugar: Puyo.

Fecha: 24 de agosto de 2015 **Hora:**

Entrevistadora: Alba Sobeida Rodríguez Ortiz.

Entrevistado (a): Ingeniero Walter Espín, Gerente de la Empresa Pública Municipal de agua potable y alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)

- 1. Detalle objetivamente ¿Cuáles son los procesos de relación con los miembros de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?**

Al momento se ha designado a recursos humanos la planificación de encuentros de integración social así como el desarrollo de capacitación con el fin de mejorar la autoestima social de los trabajadores y empleados de EMAPAST.

2. **¿Qué mecanismos ha desarrollado para generar sinergia con los clientes de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?**

Por el momento no se ha planificado nada al respecto pero se puede tener en un futuro cercano cursos de capacitación de atención al cliente.

3. **¿Qué acciones ha desarrollado para que la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) posea la imagen corporativa como tal en la comunidad?**

Una de las actividades que se ha desarrollado es mejorar el servicio de dotación de agua potable creando una apertura mayor de servicio en áreas no planificadas con la instalación de nuevas acometidas.

4. **¿Qué debilidades cree poseer la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) al respecto de normas de etiqueta y protocolo que manejan sus colaboradores?**

La falta de nivel de estudio de sus trabajadores, por lo cual se hace necesario la capacitación para suplir la deficiencia para mejorar la atención.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

GUÍA DE ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA (EMAPAST EP) DE LA CIUDAD DE PUYO

Objetivo

Analizar las acciones de etiqueta y protocolo que brinda EMAPAST EP a los clientes internos y externos.

Datos informativos:

Lugar: Puyo.

Fecha: 24 de agosto de 2015 **Hora:**

Entrevistadora: Alba Sobeida Rodríguez Ortiz.

Entrevistado (a): Ingeniera Karla Fernanda Andaluz Campos, Directora de Infraestructura y operaciones de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)

- 1. Detalle objetivamente ¿Cuáles son los procesos de relación con los miembros de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?**

No contesta.

2. **¿Qué mecanismos ha desarrollado para generar sinergia con los clientes de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?**

De atención al cliente, requerimientos de manera escrita así como entrevistas e inspecciones personalizadas.

3. **¿Qué acciones ha desarrollado para que la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) posea la imagen corporativa como tal en la comunidad?**

Mejorar la continuidad del servicio. Nuevo logotipo acorde a la actualidad. Slogan rumbo a la calidad.

4. **¿Qué debilidades cree poseer la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) al respecto de normas de etiqueta y protocolo que manejan sus colaboradores?**

No existe la capacitación sobre protocolo y etiqueta por lo que los profesionales que atienden al público desconocemos estos parámetros.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

GUÍA DE ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA (EMAPAST EP) DE LA CIUDAD DE PUYO

Objetivo

Analizar las acciones de etiqueta y protocolo que brinda EMAPAST EP a los clientes internos y externos.

Datos informativos:

Lugar: Puyo.

Fecha: 24 de agosto de 2015 **Hora:**

Entrevistadora: Alba Sobeida Rodríguez Ortiz.

Entrevistado (a): Ingeniero Julio Castro, Director Comercial de la Empresa Pública Municipal de agua potable y alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)

2. Detalle objetivamente ¿Cuáles son los procesos de relación con los miembros de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?

Los procesos de relación del personal no están definidos de manera específica en la empresa, está sometida por lo tanto, a cuestiones informales como son las iniciativas de grupos de empleados que no están reguladas por el área de talento humano.

- 3. ¿Qué mecanismos ha desarrollado para generar sinergia con los clientes de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?**

Como se ha expresado anteriormente no existen mecanismos ni normativas relacionadas con las relaciones entre clientes y el personal de EMAPAST EP.

- 4. ¿Qué acciones ha desarrollado para que la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) posea la imagen corporativa como tal en la comunidad?**

Para el efecto se ha utilizado los recursos gráficos y audiovisuales como diseño de imagen corporativa (Logo), material impreso y spots publicitarios para radio y Tv.

- 5. ¿Qué debilidades cree poseer la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) al respecto de normas de etiqueta y protocolo que manejan sus colaboradores?**

La principal refiere a que no existen normas que regulen estos aspectos.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

GUÍA DE ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA (EMAPAST EP) DE LA CIUDAD DE PUYO

Objetivo

Analizar las acciones de etiqueta y protocolo que brinda EMAPAST EP a los clientes internos y externos.

Datos informativos:

Lugar: Puyo.

Fecha: 24 de agosto de 2015 **Hora:**

Entrevistadora: Alba Sobeida Rodríguez Ortiz.

Entrevistado (a): Ingeniera María José Viñán, Analista de talento humano de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)

- 1. Detalle objetivamente ¿Cuáles son los procesos de relación con los miembros de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?**

Tomando en cuenta que un proceso es una serie de pasos para llevar a cabo una tarea, considero que los procesos de relación con los miembros de EMAPAST EP, la

planificación, organización, control y operación de tareas diarias realizadas de manera efectiva para el cumplimiento de objetivos institucionales.

2. ¿Qué mecanismos ha desarrollado para generar sinergia con los clientes de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP)?

El mecanismo utilizado para generar sinergia con los clientes, es trabajar en equipo para conseguir un objetivo determinado y de esta manera poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes en lo que respecta a dotación de agua potable y saneamiento.

3. ¿Qué procesos ha desarrollado para que la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) posea la imagen corporativa como tal en la comunidad?

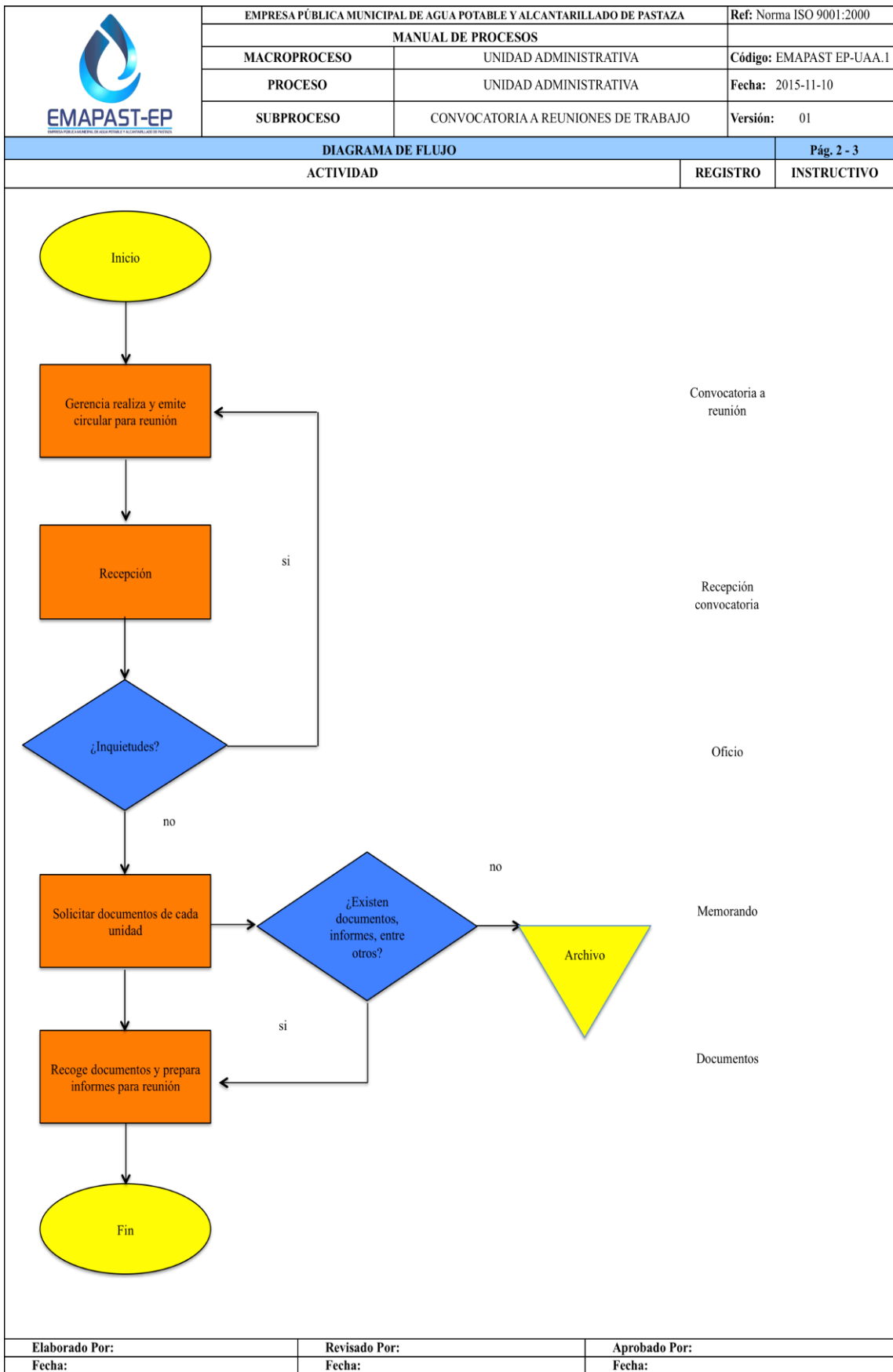
Considero que las acciones que la empresa ha efectuado para poseer su imagen corporativa es definir y dar a conocer a la comunidad la misión, visión, valores, políticas y objetivos institucionales a la ciudadanía.


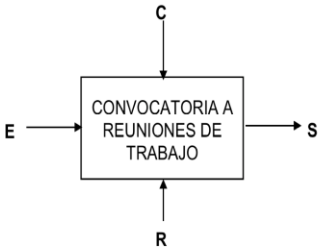
4. ¿Qué debilidades cree poseer la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Pastaza (EMAPAST EP) al respecto de normas de etiqueta y protocolo que manejan sus colaboradores?

Considero que una de las debilidades es la falta de capacitación tanto al personal administrativo y operativo en este tema el mismo que nos permitirá poseer el dominio y la actuación necesaria en estos temas de vital importancia para la institución.


Anexo 5: Manual de procesos de la convocatoria a reunión de trabajo

	EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA		Ref: Norma ISO 9001:2000			
	MANUAL DE PROCESOS					
	MACROPROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA		Código: EMAPAST EP-UAA		
	PROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA		Fecha: 2015-11-10		
SUBPROCESO	CONVOCATORIA A REUNIONES DE TRABAJO		Versión: 01			
CUADRO DE DESCRIPTORES Y RESPONSABILIDADES					Pág. 1 - 3	
N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE		REGISTRO	INSTRUCTIVO
			CARGO	UNID. EJEC.		
1	Convocatoria	Gerencia, convoca a reunión	Secretaría de Gerencia	EMAPAST EP		
2	Conocimiento de la agenda a tratar	Los convocados, conocerán la agenda a tratar en la reunión, para preparar los documentos correspondientes	Directores	EMAPAST EP	Actas	
3	Preparación para la reunión	Cada director se fundamenta en documentos, de ser necesario	Director	EMAPAST EP	Documentos	
4	Resolución	Acuerdos, disposiciones u otras conclusiones que adopte en la reunión	Gerente y directores	EMAPAST EP	Registro	
Elaborado Por:		Revisado Por:		Aprobado Por:		
Fecha:		Fecha:		Fecha:		



	EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA		Ref: Norma ISO 9001:2000		
	MANUAL DE PROCESOS				
	MACROPROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Código: EMAPAST EP-UAA.1		
	PROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Fecha: 2015-11-10		
SUBPROCESO	CONVOCATORIA A REUNIONES DE TRABAJO	Versión: 01			
CUADRO DE CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO				Pág. 3 - 3	
		OBJETIVO: Convocar a reuniones de trabajo con el fin de organizar los trabajos de cada área			
		ALCANCE: Para las reuniones, los convocados deberán prever toda la información pertinente a los temas a tratarse en la reunión			
ENTRADAS					
DENOMINACIÓN		PROVEEDOR		PROCESO DE REFERENCIA	
Convocatoria		Unidad Administrativa		UA-EMAPAST EP - 01	
SALIDAS					
DENOMINACIÓN		CLIENTE		PROCESO DE REFERENCIA	
Documentos habilitantes		Usuarios convocados		UA-EMAPAST EP - 01	
RECURSOS					
HUMANOS		FÍSICOS		TECNOLÓGICOS	
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	DENOMINACIÓN	CANTIDAD	DENOMINACIÓN	CANTIDAD
Gerente	1	Mobiliario		Hardware y Software de Base	
Directores (as)	4	Sala de reuniones		Impresora	
Equipo técnico	10	Equipo de sonido			
Secretaria	1				
CONTROLES					
Informes de seguimiento y control					
REGISTROS					
DENOMINACIÓN				Código	
Actas de asistencia					
INDICADORES					
DENOMINACIÓN			FÓRMULA DE CÁLCULO		
Convocatorias realizadas (%)			$(\text{Convocatorias realizadas})/(\text{Total de convocatorias}) * 100$		
Usuarios beneficiarios (%)			$(\text{Usuarios beneficiarios})/(\text{Total de usuarios}) * 100$		
Elaborado Por:		Revisado Por:		Aprobado Por:	
Fecha:		Fecha:		Fecha:	

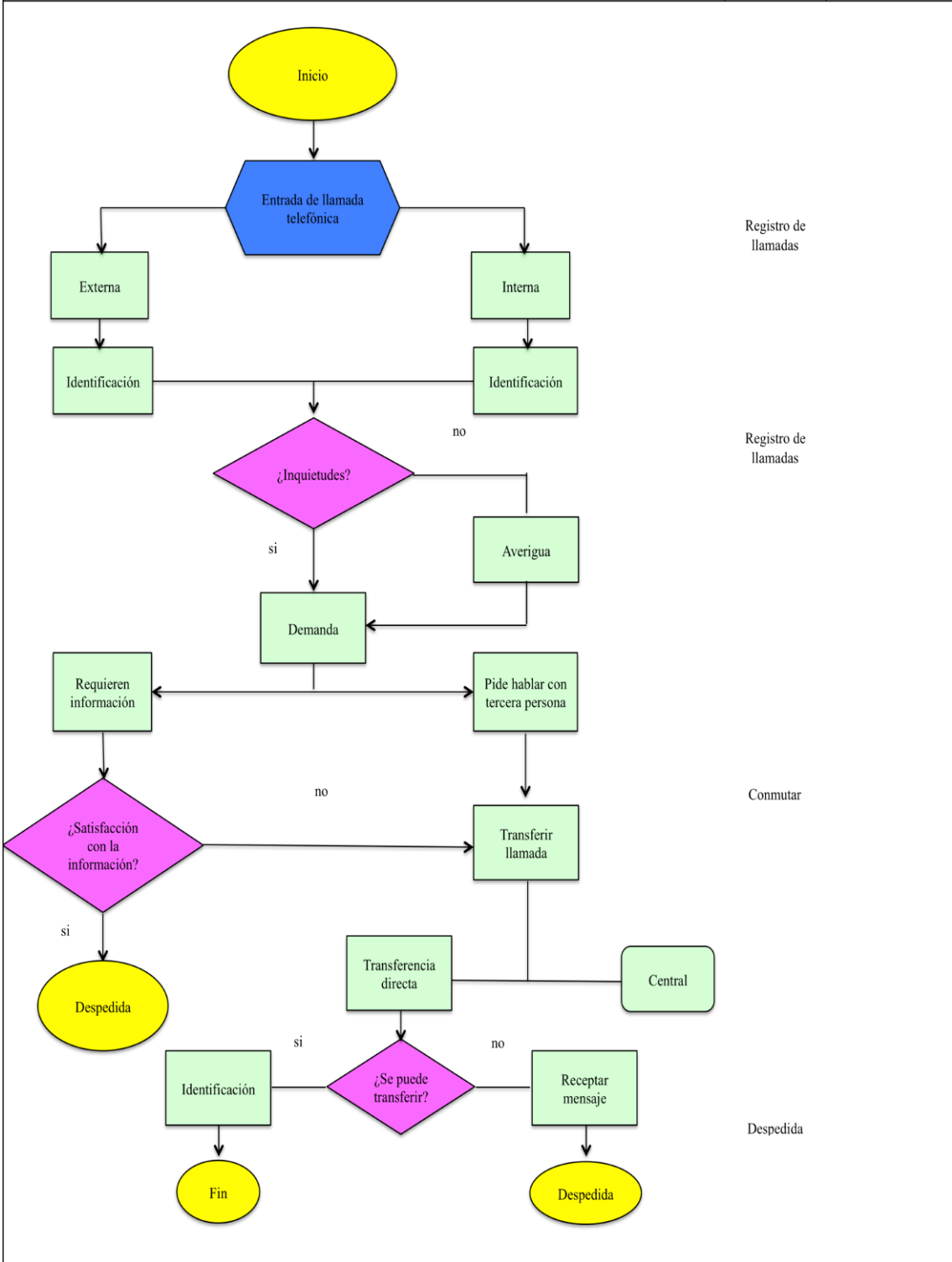
Anexo 6: Manual de procesos de las llamadas telefónicas

	EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA		Ref: Norma ISO 9001:2000			
	MANUAL DE PROCESOS					
	MACROPROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Código: EMAPAST EP-UAA.2			
	PROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Fecha: 2015-11-10			
SUBPROCESO	CONTESTAR Y TRANSFERERIR LLAMADAS	Versión: 01				
CUADRO DE DESCRIPTORES Y RESPONSABILIDADES						
Pág. 1 - 3						
Nº	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE		REGISTRO	INSTRUCTIVO
			CARGO	UNID. EJEC.		
1	Entrada de llamada	Secretaría procede a saludar y ponerse a las órdenes de los usuarios	Secretaría	EMAPAST EP		
2	Identificar solicitud	Solicita al interlocutor el servicio que desea	Secretaría	EMAPAST EP	Identificador de llamadas	
3	Transferencia de llamadas	Procede a conmutar con el departamento correspondiente, en base al requerimiento	Secretaría	EMAPAST EP	Listado de los códigos de las extensiones	
4	Despedida	Agradecer por la llamada e invitar que vuelva a requerir los servicios que brinda EMAPAST EP	Secretaría	EMAPAST EP	Registro	
Elaborado Por:		Revisado Por:		Aprobado Por:		
Fecha:		Fecha:		Fecha:		


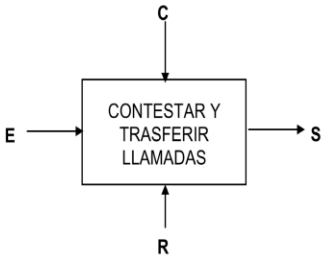


EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA		Ref: Norma ISO 9001:2000
MANUAL DE PROCESOS		
MACROPROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Código: EMAPAST EP-UAA.2
PROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Fecha: 2015-11-10
SUBPROCESO	CONTESTAR Y TRANSFERERIR LLAMADAS	Versión: 01


DIAGRAMA DE FLUJO		Pág. 2 - 3
ACTIVIDAD	REGISTRO	INSTRUCTIVO

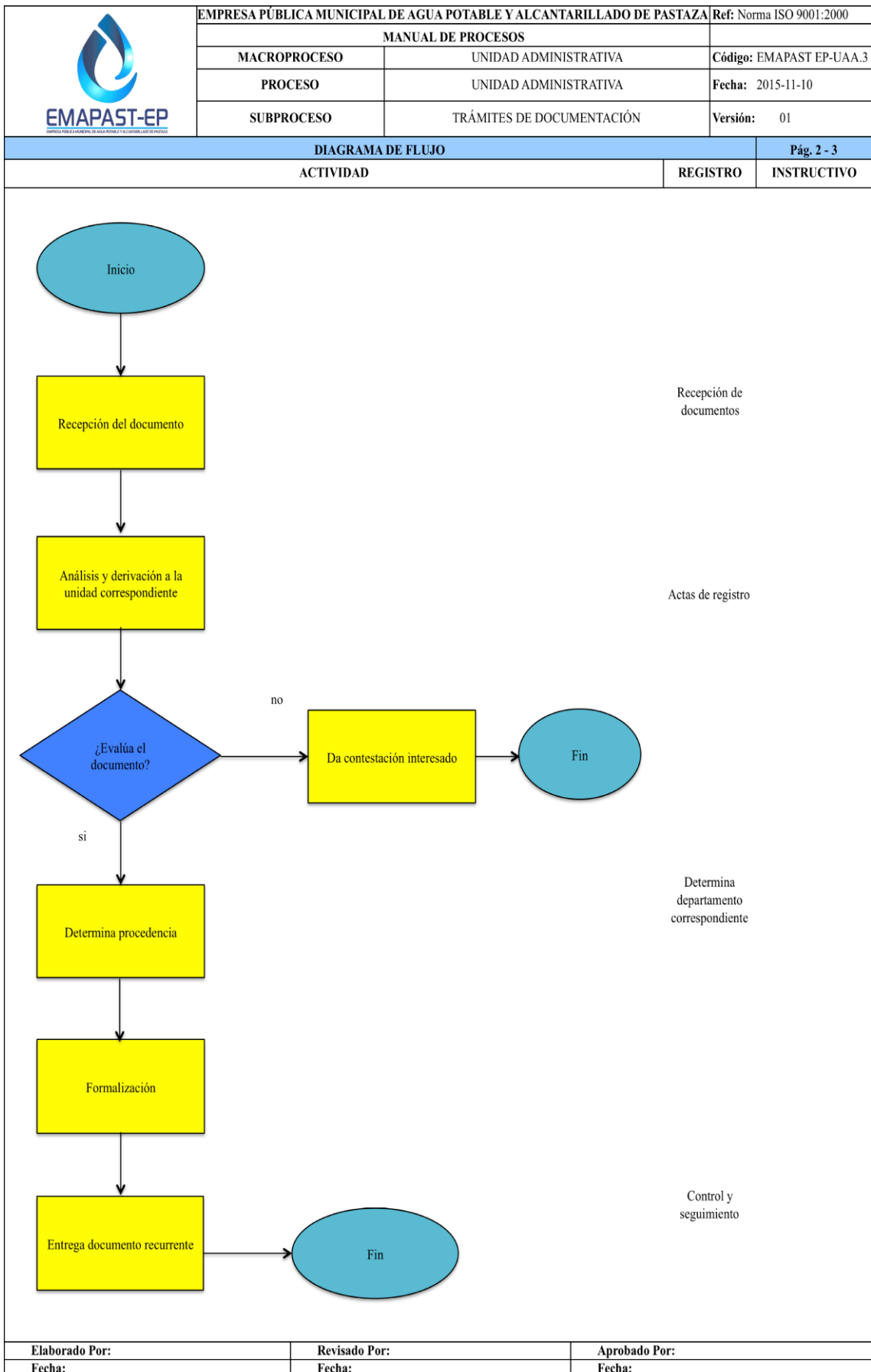



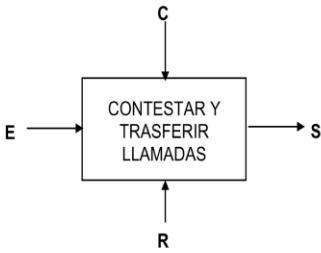
Elaborado Por:	Revisado Por:	Aprobado Por:
Fecha:	Fecha:	Fecha:

	EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA		Ref: Norma ISO 9001:2000		
	MANUAL DE PROCESOS				
	MACROPROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Código: EMAPAST EP-UAA.2		
	PROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Fecha: 2015-11-10		
	SUBPROCESO	CONTESTAR Y TRANSFERIR LLAMADAS	Versión: 01		
CUADRO DE CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO			Pág. 3 - 3		
		OBJETIVO: Atender con calidez y eficiencia las llamadas telefónicas			
		ALCANCE: Facilitar la comunicación entre los clientes externos e internos, para satisfacer las necesidades y requerimientos			
ENTRADAS					
DENOMINACIÓN		PROVEEDOR	PROCESO DE REFERENCIA		
Entrada de llamadas telefónicas		Secretaría	UA-EMAPAST EP - 01		
SALIDAS					
DENOMINACIÓN		CLIENTE	PROCESO DE REFERENCIA		
Atención y satisfacción del cumplimiento de requerimientos		Externos e internos	UA-EMAPAST EP - 01		
RECURSOS					
HUMANOS		FÍSICOS		TECNOLÓGICOS	
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	DENOMINACIÓN	CANTIDAD	DENOMINACIÓN	CANTIDAD
Gerente	1	Mobiliario		Hardware y Software de Base	
Directores (as)	4	Sala de reuniones		Impresora	
Equipo técnico	10	Equipo de sonido			
Secretaría	1	Central telefónica			
CONTROLES					
Informes de seguimiento y control					
REGISTROS					
DENOMINACIÓN				Código	
Control de llamadas					
INDICADORES					
DENOMINACIÓN			FÓRMULA DE CÁLCULO		
Llamadas realizadas (%)			$(\text{Llamadas realizadas})/(\text{Total de llamadas}) * 100$		
Usuarios beneficiarios (%)			$(\text{Usuarios beneficiarios})/(\text{Total de usuarios}) * 100$		
Elaborado Por:		Revisado Por:		Aprobado Por:	
Fecha:		Fecha:		Fecha:	

Anexo 7: Manual de procesos de trámite de la documentación

	EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA		Ref: Norma ISO 9001:2000			
	MANUAL DE PROCESOS					
	MACROPROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Código: EMAPAST EP-UAA.3			
	PROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Fecha: 2015-11-10			
SUBPROCESO	TRÁMITES DE DOCUMENTACIÓN	Versión: 01				
CUADRO DE DESCRIPTORES Y RESPONSABILIDADES						
Pág. 1 - 3						
N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE		REGISTRO	INSTRUCTIVO
			CARGO	UNID. EJEC.		
1	Recepción de documentos	Secretaría recibe el documento, consignando una codificación	Secretaría	EMAPAST EP		
2	Derivación de la documentación	En base a los requerimientos, la documentación es entregada al departamento que corresponda, previa acta de recepción	Secretaría	EMAPAST EP	Programa de trámite de documentos	
3	Formalización de la documentación	Procede a registrar, fecha, hora y persona que ha recibido los documentos	Secretaría	EMAPAST EP	Actas de entrega	
4	Control y seguimiento	Se determina la necesidad de dar contestación, recordando su cumplimiento	Secretaría	EMAPAST EP	Registro	
Elaborado Por:		Revisado Por:		Aprobado Por:		
Fecha:		Fecha:		Fecha:		



	EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE PASTAZA		Ref: Norma ISO 9001:2000		
	MANUAL DE PROCESOS				
	MACROPROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Código: EMAPAST EP-UAA.3		
	PROCESO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	Fecha: 2015-11-10		
	SUBPROCESO	TRÁMITES DE DOCUMENTACIÓN	Versión: 01		
CUADRO DE CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO			Pág. 3 - 3		
		OBJETIVO:	Tramitar con eficiencia y prontitud los documentos de la empresa, como de los requerimientos internos		
		ALCANCE:	Facilitar la comunicación entre los clientes externos e internos, para satisfacer los requerimientos solicitados		
ENTRADAS					
DENOMINACIÓN		PROVEEDOR	PROCESO DE REFERENCIA		
Entrada de documentos		Secretaría	UA-EMAPAST EP - 01		
SALIDAS					
DENOMINACIÓN		CLIENTE	PROCESO DE REFERENCIA		
Flujo de documentos para el cumplimiento de los requerimientos		Externos e internos	UA-EMAPAST EP - 01		
RECURSOS					
HUMANOS		FÍSICOS		TECNOLÓGICOS	
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	DENOMINACIÓN	CANTIDAD	DENOMINACIÓN	CANTIDAD
Gerente	1	Mobiliario		Hardware y Software de Base	
Directores (as)	4	Sala de reuniones		Impresora	
Equipo técnico	10	Central telefónica			
Secretaría	1				
CONTROLES					
Informes de seguimiento y control					
REGISTROS					
DENOMINACIÓN				Código	
Control de documentos					
INDICADORES					
DENOMINACIÓN			FÓRMULA DE CÁLCULO		
Documentos tramitados (%)			$(\text{Documentos tramitados})/(\text{Total de documentos}) * 100$		
Usuarios beneficiarios (%)			$(\text{Usuarios beneficiarios})/(\text{Total de usuarios}) * 100$		
Elaborado Por:		Revisado Por:		Aprobado Por:	
Fecha:		Fecha:		Fecha:	

Anexo 8: Guía de etiqueta y protocolo de la imagen corporativa
de EMAPAST EP.