



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**

CARRERA: SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE A LA POBLACIÓN
INDÍGENA Y NEGRA EN EL CENTRO DE SALUD LATACUNGA”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Licenciadas en Secretariado Ejecutivo Gerencial

Autores:

Saquina Villafuerte Lourdes Isabel

Toaquiza Heredia Mayra Jimena

Director:

Msc. Martha Francisca Zambrano E.

Latacunga-Ecuador

Diciembre 2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE A LA POBLACIÓN INDÍGENA Y NEGRA EN EL CENTRO DE SALUD LATACUNGA**”, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Lourdes Isabel Saquina Villafuerte
180403330-4

.....
Mayra Jimena Toaquiza Heredia
050364860-2



AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director de trabajo de Investigación sobre el tema:

“ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE A LA POBLACIÓN INDÍGENA Y NEGRA EN EL CENTRO DE SALUD LATACUNGA”, de los postulantes Saquina Villafuerte Lourdes Isabel y Toaquiza Heredia Mayra Jimena de la Carrera de Secretariado Ejecutivo Gerencial, considero que dicho informe cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos suficientes por ser evaluados mediante un tribunal de validación de tesis que el Honorable Consejo Académico de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe para su correspondiente y calificación.

Latacunga, Diciembre 2015

.....
Lic. Msc. Martha Francisca Zambrano Estrella
DIRECTORA DE TESIS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, los postulantes: Lourdes Isabel Saquina Villafuerte y Mayra Jimena Toaquiza Heredia con el título de tesis: **“ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE A LA POBLACIÓN INDÍGENA Y NEGRA EN EL CENTRO DE SALUD LATACUNGA”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Diciembre 2015

Para constancia firman:

.....
Lic. Libia Almeida
PRESIDENTA

.....
Ing. Luis Borja
MIEMBRO

.....
Lic. Martha Cueva
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis agradezco a mi querido esposo, quien a estado a mi lado brindándome amor, confianza, respeto y sobre todo apoyo incondicional para poder cumplir esta meta tan anhelada en mi vida, a mis queridos docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi quienes con su infinita sabiduría supieron guiarme en todo momento.

Un agradecimiento especial a mi querida Tutora Msc. Francisca Zambrano quien me ha apoyado constantemente en la realización de la tesis, impulsándome a ser cada día una persona mejor.

Lourdes Isabel Saquina Villafuerte

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS, por su guía misericordioso para alcanzar mis metas, a mis queridos Padres por su paciencia y guía espiritual para mantenerme en el camino correcto para poder cumplir mi objetivo profesional.

Un agradecimiento fraterno y cordial a la Msc. Francisca Zambrano quien me ha brindado un apoyo incondicional, a la vez dedicando su tiempo y espacio en el presente trabajo cuya finalidad es obtener mi título.

Mayra Jimena Toaquiza Heredia

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis de grado está dedicado a DIOS, por su cuidado infinito, a mis queridos PADRES quienes me han apoyado incondicionalmente, en todo el transcurso de mi etapa estudiantil impulsándome hacer una persona con valores y principios, para poder desenvolverme como profesional.

A mi hermana por ser ejemplo motivador para salir adelante en esos momentos tan difíciles me supo brindar su confianza y comprensión para poder culminar mi carrera.

Lourdes Isabel Saquina Villafuerte

DEDICATORIA

El presente trabajo de tesis está dedicado a mi querido hijo, quien ha sido mi aspiración y mi fortaleza para salir adelante en los momentos difíciles y poder cumplir con mi meta tan anhelada en mi vida, a mis queridos docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi quienes me supieron guiar y comprender en todo el transcurso de mi vida estudiantil.

Mayra Jimena Toaquiza Heredia

ÍNDICE GENERAL

PÁGINAS PRELIMINARES

Portada.....	i
Autoria.....	ii
Aval del Director de Tesis.....	iii
Aprobación del Tribunal de Grado	iv
Agradecimiento	v
Agradecimiento	vi
Dedicatoria	vii
Dedicatoria	viii
Indice General	ix
Indice de Tablas	xiv
Indice de Cuadros.....	xiv
Indice de Gráficos	xv
Resumen.....	xvii
Abstrac	xviii
Introducción	xx

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1 Fundamento Teórico y Objeto de Estudio	1
1.1 Antecedentes Investigativos.....	1
1.2 Categorías Fundamentales	3
1.3 Marco Teórico.....	4

1.3.1 Relaciones Humanas	4
1.3.1.1 Definición de Relaciones Humanas	4
1.3.1.2 Antecedentes y Origen de la Teoría de las Relaciones Humanas	5
1.3.1.3 Importancia de las Relaciones Humanas en el Ámbito Laboral	6
1.3.1.4 Claves para Conseguir Buenas Relaciones Humanas	7
1.3.1.5 Objetivo de las Relaciones Humanas	8
1.3.1.6 Relaciones Humanas y Habilidades Gerenciales, en el Proceso Administrativo.	9
1.3.1.7 Las Motivaciones Humanas	10
1.3.2 Valores Humanos	11
1.3.2.1 Definición de Valores Humanos	11
1.3.2.2 El desarrollo de los Valores Humanos a través de la Historia	11
1.3.2.3 Tipos de valores.	12
1.3.2.4 Ética y Valores.	12
1.3.2.5 Importancia de la ética y valores.....	13
1.3.2.6 Valores Principales para una buena Atención al Cliente	14
1.3.3 Pluriculturalidad.....	15
1.3.3.1 Definición de Pluriculturalidad	15
1.3.3.2 Culturas del Ecuador.	16
1.3.3.3 Historia de las Culturas del Ecuador.....	17
1.3.3.4 Etnias del Ecuador Costa Sierra y Oriente	17
1.3.3.5 Lenguas del Ecuador	19
1.3.3.6 Plan Nacional del Buen Vivir	19
1.3.4 La Atención Al Cliente	21
1.3.4.1 Antecedentes.	21
1.3.4.2 Evolución de Atención al Cliente.	22

1.3.4.3 Definición de Servicio al Cliente	22
1.3.4.4 Importancia de la Atención al Cliente	23
1.3.4.5 Cliente	23
1.3.4.6 Tipos de Clientes	24
1.3.4.7 Beneficios de una buena atención al cliente.	24
1.3.4.8 Tipos de comunicación.	24

CAPÍTULO II

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2 Análisis e Interpretación de Resultados.....	26
2.1 Reseña Histórica del Centro De Salud Latacunga	26
2.1.1 Misión del Centro de Salud Latacunga	26
2.1.2 Visión Del Centro De Salud Latacunga	27
2.1.3 Valores Institucionales	27
2.2 Diseño Metodológico.....	28
2.2.1 Métodos de Investigación.	28
2.2.1.1 Método Inductivo-Deductivo	28
2.2.1.2 Método Empírico	28
2.2.2 Tipos de Investigación	28
2.2.2.1 Investigación Aplicada.....	28
2.2.2.2 Investigación Descriptiva	29
2.2.3 Técnicas de Investigación	29
2.2.3.1 Observación.....	29
2.2.3.2 Encuesta	29
2.2.4 Instrumentos.....	30
2.2.4.1 Ficha de Observación	30

2.2.4.2 Cuestionario	30
2.3 Unidad de Estudio	30
2.3.1 Población	31
2.3.1.1 Calculo de la Muestra	31
2.4 Análisis de la ficha de observación aplicada a las investigadoras	33
2.5 Análisis de la encuesta aplicada a la población indígena y negra atendida en el Centro de Salud Latacunga.	34
2.6 Análisis de la encuesta aplicada a los empleados en el Centro de Salud Latacunga.	41

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3 Diseño de la Propuesta	48
3.1 Antecedentes	49
3.2 Justificación.....	50
3.3 Objetivos	51
3.3.1. Objetivo General	51
3.3.2 Objetivos Específicos	51
3.4. Descripción de la Propuesta.	52
GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE	53
1. Atención al Cliente.....	54
1.1 Cliente	54
1.1.1 Factores que ayudan a una buena atención al cliente	54
1.2 Evaluación del Servicio por el Cliente	55
1.3 Actitudes Adecuadas en Atención al Cliente	56
1.4 Reglas de Cortesía para una Atención al Cliente	57

1.5	Importancia de saber mirar, escuchar y preguntar	62
1.6	Comunicación con el Cliente	62
1.6.1	Comunicación verbal	63
1.6.1.1	Aspectos que se debe cuidar en la comunicación verbal	63
1.6.1.2	Elementos de la Comunicación verbal.....	64
1.6.1.3	Ventajas de la Comunicación verbal	65
1.6.2	Comunicación no Verbal	65
1.7	Tipología De Clientes	65
1.8	Pasos para una excelente atención al cliente.....	67
1.9	Como evitar reclamos del Cliente	67
2	Valores Humanos	70
2.1	Definición de Valores Humanos	70
2.2	Importancia de los Valores Humanos	70
2.3	Valores Humanos que deben aplicarse en atención al cliente	70
3	Relaciones Humanas	75
3.1	Definición de Relaciones Humanas	75
3.2	Importancia de las Relaciones Humanas	75
3.3	Claves para conseguir unas buenas relaciones humanas	75
4	Conclusiones	77
5	Recomedaciones	77
Anexos	81

BIBLIOGRAFÍA

6	Bibliografía	78
6.1	Bibliografía Citada	78
6.2	Bibliografía Consultada	79

6.3 Bibliografía Virtual	80
--------------------------------	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Categorías Fundamentales	3
Cuadro 2 Etnias de la Costa	18
Cuadro 3 Etnias de la Sierra	18
Cuadro 4 Etnias del Oriente	18
Cuadro 5 Población Indígena y Negra y Empleados	31

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Calidad de Servicio	34
Tabla 2 Personal preparado para brindar atención de calidad	35
Tabla 3 Instrucciones que permitan mejorar la atención	36
Tabla 4 Instalaciones adecuadas y confortables	37
Tabla 5 El servicio recibido soluciona los requerimientos	38
Tabla 6 Dificultades al momento de ser atendidos	39
Tabla 7 Implementación de una Guía de Atención al Cliente	40
Tabla 8 Atención al Cliente	41
Tabla 9 Actitudes frente al cliente	42
Tabla 10 Atención a la población Indígena y Negra	43
Tabla 11 Cliente primordial en la Institución	44
Tabla 12 Preferencia de Pacientes.....	45
Tabla 13 Valores Humanos	46
Tabla 14 Persona quichua hablante	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Calidad de Servicio	34
Gráfico 2 Personal preparado para brindar atención de calidad	35
Gráfico 3 Instrucciones que permitan mejorar la atención	36
Gráfico 4 Instalaciones adecuadas y confortables	37
Gráfico 5 El servicio recibido soluciona los requerimientos	38
Gráfico 6 Dificultades al momento de ser atendidos	39
Gráfico 7 Implementación de una Guia de Atención al Cliente	40
Gráfico 8 Atención al Cliente	42
Gráfico 9 Actitudes frente al cliente	42
Gráfico 10 Atención a la población Indígena y Negra	43
Gráfico 11 Cliente primordial en la Institución	44
Gráfico 12 Preferencia de Pacientes	45
Gráfico 13 Valores Humanos	46
Gráfico 14 Persona quichua hablante	47
Gráfico 15 Imagen Personal	54
Gráfico 16 Sonrisa	54
Gráfico 17 Amabilidad	55
Gráfico 18 Sonreír al Cliente	57
Gráfico 19 Trato Amable	57
Gráfico 20 Ser Gentil	58
Gráfico 21 Escuchar	58
Gráfico 22 No Discutir.....	59
Gráfico 23 Puntualidad	59
Gráfico 24 Voluntario o Dinámico	60
Gráfico 25 Dificultades	60

Gráfico 26 Cumplimiento	61
Gráfico 27 Palabras Claves	61
Gráfico 28 Importancia de mirar, escuchar y preguntar	62
Gráfico 29 Aspectos de la Comunicación Verbal	63
Gráfico 30 Elementos de la Comunicación Verbal	64
Gráfico 31 Tipos de Cliente	66
Gráfico 32 Excelente Atención al Cliente.....	67
Gráfico 33 Escuchar Atentamente	68
Gráfico 34 Respetar la Opinión del Cliente	68
Gráfico 35 Comprometerse	69
Gráfico 36 Control	69
Gráfico 37 Respeto	70
Gráfico 38 Apoyo.....	71
Gráfico 39 Actitud Positiva	71
Gráfico 40 Empatía	72
Gráfico 41 Confiabilidad	72
Gráfico 42 Aprender	73
Gráfico 43 Cooperación	73
Gráfico 44 Cortesía	74
Gráfico 45 Entrega	74



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TEMA: “Análisis de atención al cliente a la población indígena y negra en el Centro de Salud Latacunga”

Autores: Saquinga Villafuerte Lourdes Isabel y Mayra Jimena Toaquiza Heredia

RESUMEN

La presente investigación se enfoca a la elaboración de una guía de atención al cliente dirigido a todo el personal que labora en el Centro de Salud Latacunga con la finalidad que exista un buen trato a la población Indígena y Negra. La investigación en primera fase se enfocará al personal que desempeña sus funciones en cada uno de los departamentos del Centro de Salud y el servicio que brinda a esta población, por tal motivo surge la necesidad de contribuir con la guía de Valores Humanos, para que enfoquen el buen desempeño laboral en cada una de sus labores profesionales hacia el ente primordial como lo es el cliente sin importar la clase social a la que pertenecen. En segunda fase la investigación estará encaminada a las encuestas realizadas a cada uno de los funcionarios que laboran en el Centro de Salud, para la recopilación de datos reales y confiables, utilizando de esta manera técnicas como: la observación, la encuesta y la entrevista; en donde se desarrolló la interpretación y análisis de los respectivos datos obtenidos, siendo la fuente principal para la elaboración de nuestra propuesta investigativa. Con los resultados obtenidos se pudo llegar a la elaboración de la Guía de Atención al Cliente basada en los valores humanos que ayudarán a mejorar el servicio que brinda el personal del Centro de Salud Latacunga.

Palabras Claves: Atención, Cliente, Relaciones Humanas, Imagen Corporativa



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

Topic: “Customer service analysis for indigenous & black population in Latacunga Health Center”

Authors: Saquina Villafuerte Lourdes Isabel y Toaquizza Heredia Mayra Jimena

ABSTRACT

This research focuses on customer service guide’s development. It was heading for all the staff working at Latacunga Health Center in order to get a good environment to indigenous and black population. At the first phase, it focused staff performing on their duties in each of Health Center departments and the service provided to this population. For this reason, there is a necessity to contribute to human values guide. It gives a relevance to good work performance in each of its professionals into the primary body such as the customer regardless of the social class to which they belong. At the second phase, it carried out at the surveys of each of clerk’s working in the health center. This action was applied to collect the real and reliable data through the observation, the survey and the interview. The data was analyzed and interpreted. This helped to research proposal development. With the results obtained it was possible to get to the customer service guide’s development based on human values. It will help to improve the service provided by the staff of Latacunga Health Customer Center.

Keywords: Attention, Customer, Human Relations, Corporate Image



CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por las señoritas Egresadas de la Carrera de Secretariado Ejecutivo Gerencial de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas: **SAQUINGA VILLAFUERTE LOURDES ISABEL Y TOAQUIZA HEREDIA MAYRA JIMENA**, cuyo título versa “**ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE A LA POBLACIÓN INDIGENA Y NEGRA EN EL CENTRO DE SALUD LATACUNGA**”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticionarias hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Diciembre del 2015

Atentamente,

MgS. ROMERO PALACIOS AMPARO DE JESÚS
DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS
C.C. 0501369185

INTRODUCCIÓN

El personal que labora en las Instituciones públicas de salud mantienen una relación directa o indirectamente con el cliente, para garantizar un buen servicio debe enfocarse al perfil profesional que tiene una Secretaria Ejecutiva Gerencial como son: buenas relaciones interpersonales, imagen personal, manejo sistematizado del archivo y la documentación dentro de una organización, ya que al ser aplicadas cada una de estos aspectos ayudara a mantener una excelente imagen institucional.

La eficacia en una institución se enfoca en el excelente manejo y aplicaciones de las relaciones humanas e interpersonales, las cuales contribuyen el logro sistematizado de un ambiente agradable y adecuado para el desarrollo de las labores profesionales que desempeña cada miembro interno y externo de una institución.

En el siglo XXI la atención al cliente no se enfoca simplemente en la amabilidad o gentileza que brinda el personal de una entidad hacia el usuario, es decir que para lograr una excelente atención cliente se debe diferenciar entre lo fenomenal y lo mediocre ya que esto es reto para quienes forman parte de una institución.

El Centro de Salud de Latacunga es una institución con mayor influencia a nivel provincial, con una gran escala de población indígena y negra que acuden por el servicio de la misma.

Para obtener un excelente servicio es obligación de las autoridades que lleven a cabo opciones como: el uso de manuales o guías de atención al cliente ya que esto ayudará a poner en práctica la buena comunicación con valores humanos entre usuario y personal administrativo, en tal virtud al tener una estrecha relación esta desbordara aspectos positivos para una buena intercomunicación entre los involucrados, logrando cumplir el objetivo propuesto por una institución.

La presente investigación consta de los siguientes capítulos:

El Capítulo I contendrá:

Antecedentes, categorías fundamentales, marco teórico,

El capítulo II contendrá:

Reseña histórica del centro de salud, misión, visión, valores institucionales, diseño metodológico, tipos de investigación, metodología, unidad de estudio, métodos y técnicas, métodos de investigación, técnicas de investigación, análisis e interpretación de resultados.

El capítulo III contendrá:

Guía de atención al cliente basado en los valores humanos para el centro de Salud Latacunga, y conclusiones

CAPÍTULO I

1 FUNDAMENTO TEÓRICO Y OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Antecedentes Investigativos

La atención al cliente es un factor que ha transcurrido desde tiempos remotos en las instituciones públicas de salud, reflejaba un alto índice en la ineficiencia de la calidad de servicio que ofrecía a la población indígena y negra que acuden por el mismo.

En la actualidad la etapa de atención al cliente es una de las actividades muy significativas, porque se relacionan distintos departamentos existentes en las entidades públicas de salud y el cliente.

Pero se ha detectado diversos problemas al brindar atención a la población indígena y negra ya que el personal que labora no poseen un conocimiento amplio en relaciones humanas enfocadas al cliente, es por ello, que el Gobierno actual del Ecuador establece sus políticas de estado, normas y procedimiento que regulen el orden y el buen comportamiento del ente primordial como lo es el cliente.

En la actualidad el Centro de Salud de Latacunga está dotado de personal especializado en distintas áreas de salud, pero no están capacitados en la calidad de servicio que deben brindar a todos los pacientes que acuden por un servicio médico para solucionar su problema.

Una buena calidad de servicio se enfoca a compartir comunicación entre Instituciones Públicas de Salud y paciente aportando de esta manera a que el paciente obtenga confianza y seguridad al momento de acudir a los mismos, la calidad de servicio ayuda a que todas las personas acudan con confianza.

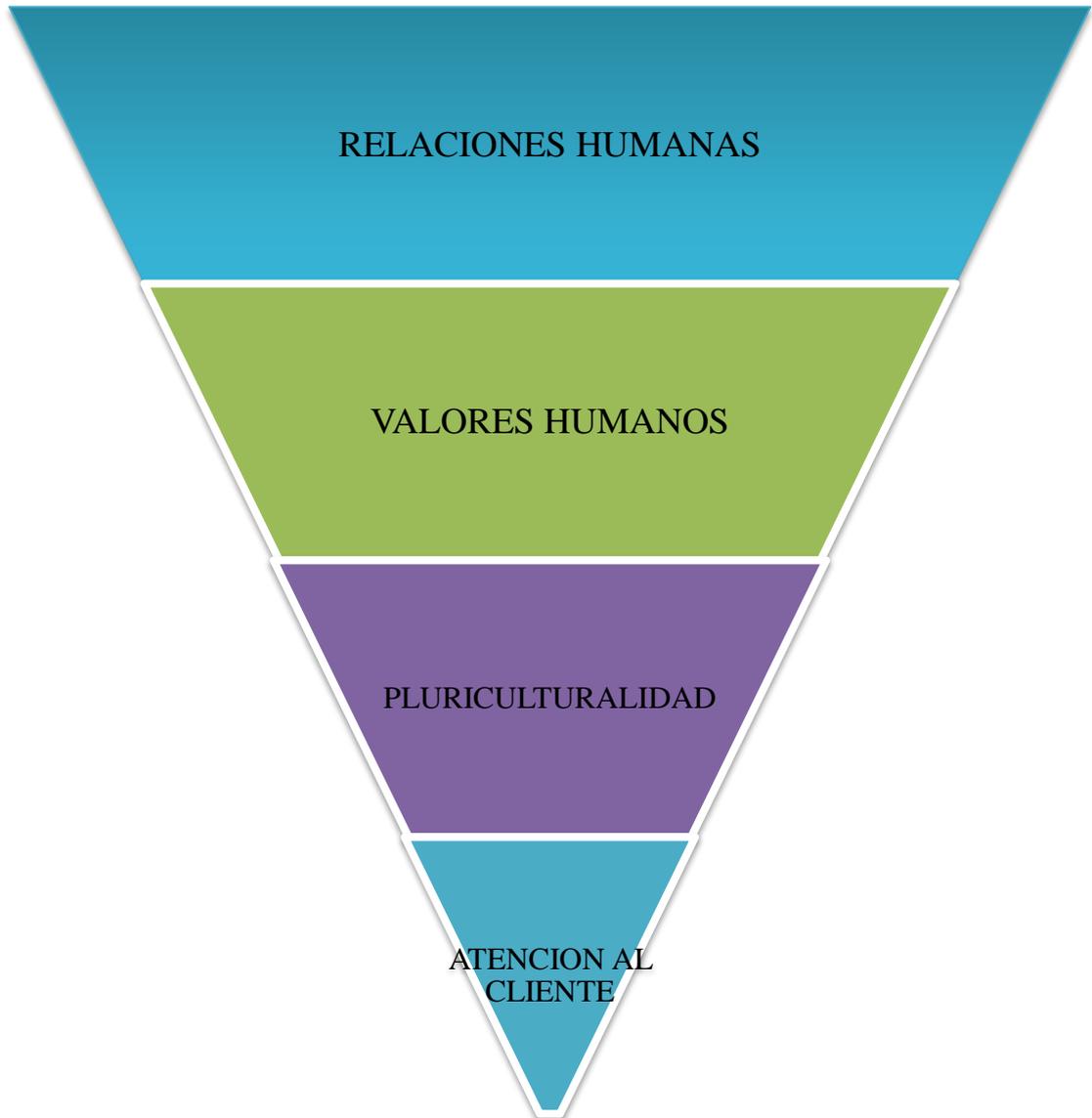
Por esta razón es primordial que las Instituciones Públicas de salud del cantón Latacunga, cuenten con una verdadera cultura en la calidad del servicio enfocado al cliente.

Las Investigadoras se proyectan en ayudar a mejorar la calidad de servicios enfocados a la atención al cliente de manera que todo el personal que conforma la misma se dote de información necesaria en lo que es relaciones humanas y valores, ayudando de tal modo a motivar a cada uno de ellos para que se sientan satisfechos al momento de brindar su conocimiento al paciente, recibiendo de esta manera cordialidad y respeto por la atención brindada, todos los componentes mencionados ayudan a ofrecer un alto nivel en servicio al cliente caracterizándola de esta manera de las demás instituciones existentes en el cantón Latacunga.

1.2 Categorías Fundamentales

Cuadro 1:

CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



Fuente: Propia
Elaborado por: Las Investigadoras

1.3 Marco Teórico

1.3.1 Relaciones Humanas

1.3.1.1 Definición de Relaciones Humanas

Según **CARCAMO**, Mario, (1968) en su libro Relaciones Humanas, manifiesta:

“Las relaciones humanas comprenden todas las formas de comportamiento y conexiones de los hombres en o fuera del trabajo. Al hacer esta afirmación estamos subrayando el hecho de que tanto el trabajo como el hogar y la comunidad son decisivamente importantes para crear una actitud y una motivación de una sociedad amable, progresista y sin odios según sean los ambientes señalados”. Pág. 20

Para las investigadoras la teoría de las Relaciones Humanas hace énfasis en la comunicación existente entre los seres humanos y su sociedad o grupos sociales tales como; jefes y subordinados, amigos y colegas o viceversa, entre elementos internos y externos de una organización.

Todo esto nos ayuda a que un ser humano se desarrolle en medio de una sociedad justa y democrática.

Según **SORIA**, Murillo, (1982) señala: “Las relaciones humanas constituyen un cuerpo sistemático de conocimientos cuyo objetivo es la explicación y predicción del comportamiento humano. Su finalidad última es la de contribuir al logro de una sociedad más justa y satisfecha”. Pág. 38

Para las investigadoras las relaciones humanas agrupan conocimientos sistematizados de comportamiento humano que ayuda al desarrollo y convivencia de una sociedad, por lo tanto es esencial que todo ser humano posea buenas relaciones humanas ya que sin ellas no podrían pertenecer a un entorno, por lo tanto debemos tener en cuenta que sin la aplicación de las relaciones humanas el ser humano viviría aislado de una sociedad

1.3.1.2 Antecedentes y Origen de la Teoría de las Relaciones Humanas

El enfoque humanístico aparece con la teoría de las relaciones humanas en los Estados Unidos, a partir de la década de los años treinta. Su nacimiento fue posible gracias al desarrollo de las ciencias sociales, principalmente de la psicología surgida en la primera década del siglo XX.

En los últimos años se ha popularizado a gran escala el uso del término “Relaciones Humanas” ya que se endereza al conjunto de principios que gobiernan las relaciones entre individuos. También es conocida como el conjunto de “reglas de oro “ que son las encaminadas en solucionar los problemas humanos existentes en la sociedad, se les identifica también como las normas que regulan la convivencia entre las personas y grupos sociales.

Son las encaminadas a mantener buenas relaciones entre miembros internos y externos de una organización.

Al hablar de relaciones humanas se estaría relacionado con un principio que abarque en todas sus dimensiones la convivencia social, sistematizando en un amplio conocimiento del comportamiento humanístico en el mundo actual en donde vivimos, la finalidad de las Relaciones Humanas se centra en el desarrollo de una sociedad cada vez más justa, productiva y satisfecha.

Las Relaciones Humanas son multidimensionales ya que analiza la estructura política, social, económica y los hábitos tradicionales de una sociedad. Una organización conforma, una estructura amplia de comunicación formal e informal con todos sus miembros, desde el punto de vista psicológico, sociológico o simplemente relacionado las diversas disciplinas que han ayudado al enriquecimiento de los conocimientos que el ser humano posee para su comunicación interpersonal.

El comportamiento humano ha sido estudiado por diferentes científicos sociales considerado dentro de las ciencias sin éxito ya que el ser humano ha contribuido

en gran magnitud al desarrollo de la tecnología moderna, por tanto el ser humano está equipado en gran magnitud en resolver problemas de orden material y técnico, que aquellos que se refieren a la organización y comportamiento social.

1.3.1.3 Importancia de las Relaciones Humanas en el Ámbito Laboral

Todo ser humano constituye numerosas comunicaciones en el transcurso de la vida diaria, esta comunicación suele darse con nuestros padres, nuestros compañeros sean estos de trabajo, estudio, por medio de este medio intercambian información, modos de pensar y sentir, también se comparten necesidades, intereses a todas estas acciones se les conoce como relaciones interpersonales.

Las relaciones interpersonales representan un papel primordial en el desarrollo integral de cada ser humano. A través de ellas, las personas obtienen importantes cambios sociales en el entorno que lo rodean ya que tienen que adaptarse al cambio cuando lo amerita cualquier circunstancia. Se debe tener en cuenta que con la falta de las relaciones humanas ocasiona rechazo, aislamiento y en definitiva, limitar la calidad de vida.

Al analizar lo increíble que resulta ser las relaciones interpersonales en el desarrollo integral de cada ser humano, ya que el diario vivir permite relacionarnos con diversas personas en el entorno intercambiando experiencias, sentimientos, conocimientos y varias formas de vida en cada región existente en el mundo.

Precisamente, en este aspecto habita en gran escala la riqueza de las relaciones humanas, ya que al existir contacto directo con una persona intercambiamos y construimos nuevas vivencias y conocimientos, pero existe una gran dificultad para diversas personas al momento de relacionarse a con un grupo social ya que hacen un verdadero esfuerzo para combinar ideas y llegar a comprenderse.

Las relaciones interpersonales son las encaminadas a la búsqueda permanente de la armonía positiva entre seres humanos, hombres y mujeres, de diferente edad, cultura, religión o raza.

Las relaciones interpersonales, dentro de una Institución comprende un papel muy importante, para poder mantener buena comunicación social con los miembros que la conforman, dependen esencialmente de las relaciones adecuadas poniendo en práctica nuestras actitudes y aptitudes que nos permitirán desenvolvernos con eficacia en el ámbito laboral.

1.3.1.4 Claves para Conseguir Buenas Relaciones Humanas

a) Mostrar un interés genuino

La buena comunicación nos permite hablar pero también saber escuchar a las demás personas, para que de esta manera podamos crear amistades y vínculos sociales, tomando en consideración que las buenas habilidades de comunicación enfocadas en las relaciones interpersonales expresan un interés genuino en diferentes temas a tratarse al establecer una comunicación.

b) Ser positivo

Debemos convertirnos en entes con visión positiva en las cosas que aseamos y deseamos conseguir, cada ser humano es atraído de la actitud positiva que anhelamos que suceda en nuestro alrededor, por lo tanto nuestra mente debe ser generadora de pensamientos efectivos en la realización de distintas actividades que desarrollemos en nuestro diario vivir.

c) Persona amistosa

Debemos enfocarnos en la primera impresión que transmitimos al cliente sea esto con una mirada, un saludo, una sonrisa; esto reflejará al cliente lo interesante, amable y carismático que representa el talento humano de dicha empresa.

d) Animar a los demás

Esta habilidad de comunicación es importante ya que ayuda al ser humano a brindar un apoyo con palabras de ánimo a que alcancen las metas y objetivos que deseen lograr en la vida.

Cuando estemos en desacuerdo no seamos desagradables, cuando establecemos una comunicación y tratamos diferentes temas, las personas no estarán en acuerdo con los puntos de vista señalados y propuestos por el grupo. Lo recomendable es explicar que comprendemos su punto de vista, pero que no estamos de acuerdo y a continuación exponer nuestras razones.

1.3.1.5 Objetivo de las Relaciones Humanas.

Muchos autores Norteamericanos dan a entender que el objetivo de las Relaciones Humanas se sistematiza en mayor productividad de la fuerza de trabajo en la organización. Hace referencia al nivel social, nivel de empresa y Relaciones Humanas.

El sistema económico está enmarcado dentro del sistema social para satisfacer en primer lugar las necesidades principales materiales y legítimas de la comunidad dentro de un marco de disponibilidad de recursos y de una metodología dada. La empresa como parte del sistema de Economía mixta contribuye al logro de los objetivos, de tal manera que una empresa tendrá que cumplir con el equipamiento del personal humano para que desarrolle las funciones existentes en su creación, así como el de satisfacer las necesidades de los clientes y la comunidad

El ser humano se siente motivado a trabajar porque tiene una necesidad, la intención que guía a los intereses e ideales son las que determinan su actitud, tomando en consideración que el propósito que lleva a la realización de esta actividad es la estimulación hacia el trabajo a realizar, los hombres para tener éxito debe considerar las motivaciones existentes en el ámbito laboral.

1.3.1.6 Relaciones Humanas y Habilidades Gerenciales, en el Proceso Administrativo.

En todo contexto actual examina totalmente las Relaciones Humanas de una manera independiente al proceso Administrativo ya que se enfoca en la relación funcional que trata de normalizar las tareas Gerenciales en todos los niveles Jerárquicos de una Organización, en este contexto analiza las habilidades y responsabilidades que necesita desarrollar para cumplir eficientemente con cada uno de los pasos del proceso Administrativo, tomando en cuenta que el líder deberá tener una mente disciplinada que le permita por tal razón pensar en forma explícita las situaciones humanas complejas.

La teoría Administrativa hace énfasis en la obtención de un trabajo bien realizado aplicando consecutivamente cada uno de los procesos Administrativos para alcanzar la coordinación operacional de una organización, haciendo resaltar la planificación, organización, dirección y control en cada actividad a desarrollarse.

La administración es la estructuración del trabajo en una organización con las diferentes actividades encomendadas por los superiores. Realizando un enfoque amplio en la dirección y motivación se concreta que los objetivos Organizacionales impulsan a alcanzar las metas propuestas.

El comportamiento humano hace relación en las tareas que realiza el ente humano en una determinada organización. El grupo social crea rutinas y patrones de comportamiento, los que al ser observados permiten predecir la conducta de sus miembros. El incumplimiento de tales conductas origina problemas humanos en vista que la conducta observada es diferente a la percepción visual de las personas relacionadas a un vínculo social.

El grupo humano clasifica a sus miembros de acuerdo a sus responsabilidades, edad, sexo, nacionalidad o región a la que pertenecen cada uno de ellos, a esta interacción contribuye el esfuerzo común del intelecto humano para su

colaboración. La personalidad individual está conformada por la cultura a través de las normas y valores desarrollados por el ente social.

1.3.1.7 Las Motivaciones Humanas

Al hablar de motivaciones es necesario sistematizar el estímulo que existe dentro del propio sujeto que actúa como consecuencia de un proceso fisiológico o psicológico que será la causa verdadera de esa conducta. Pues la motivación está dentro de cada individuo y son las que determinan sus actos, se debe tomar en cuenta que cuando se trata de motivar a un determinado grupo siempre se busca conseguir los siguientes aspectos.

- a) Conocer las motivaciones básicas de la persona o grupo
- b) Determinar cuál es la conducta que se quiere establecer para la consecución de dicho trabajo.
- c) Conseguir que el comportamiento de la persona sea la adecuada dentro de la organización con los clientes.

Cuando se establece estos aspectos se logra mantener relaciones interpersonales tales como:

- a) Prestigio
- b) Status
- c) Aprobación
- d) Aceptación
- e) Pertenencia

El ser humano necesita tener prestigio ya que mediante este aspecto busca sobresalir y llamar la atención hacia las demás personas.

Por prestigio el ser humano es capaz de lograr grandes esfuerzos y sacrificios aplicando los conocimientos adquiridos en su intelecto. Toda organización necesita de la motivación para poder realizarse como tal.

1.3.2 Valores Humanos

1.3.2.1 Definición de Valores Humanos

Según BRAVO, Nina, (1998) en su libro Valore Humanos define:

“Los valores humanos son subjetivos que depende de la valoración que cada hombre les dé, de acuerdo a su marco de referencia (cultura, edad, sexo, educación, religión, entre otros), que cambian con la historia y el momento circunstancial, incluso hasta con el estado de ánimo” Pág. 7

Para las investigadoras los valores humanos son principios que nos ayudan a orientar y mejorar nuestro comportamiento en relación con el medio que nos rodea, teniendo en cuenta que dichos valores son creencias fundamentales que nos permiten apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud.

1.3.2.2 El Desarrollo de los Valores Humanos a través de la Historia

Cuando hablamos de valores debemos tomar en cuenta lo que es la axiología. En la antigüedad, los valores como belleza, justicia entre otros eran temas importantes de tesis para varios filósofos, los mismos que no fueron estudiados como valores ya que para ellos solo eran parte del ser de cada humano.

Desde tiempos remotos podríamos decir que los valores eran y son cualidades o propiedades de los objetos, pero no solo de objetos físicos, ya que este tipo de cualidades también se adhieren a las formas y estados psicológicos.

Es por ello que hablamos de un sentido del “valor” como intrínsecos al ser humano, pues existen desde el momento de su nacimiento. Un valor no puede existir por separado obligadamente necesita de un ser para que pueda adherirse al mismo.

1.3.2.3 Tipos de valores

Todos los valores son muy importantes en la sociedad pero para tener una idea clara de lo que son cada uno de estos se clasificarán de acuerdo a cada criterio:

- a) *Valores personales.***- Son aquellos valores que influyen mucho en nuestras vidas ya que nos ayudan a relacionarnos con el medio en el que vivimos. Cabe recalcar que los valores personales son aquellos que nos ayudan a construir nuestras vidas.

- b) *Valores familiares.***- Son aquellos valores que se establece en medio de una familia como bien o mal, es decir están estrechamente ligadas a las creencias fundamentales de los padres acerca de la forma de cómo educar a sus hijos. Estos valores están orientados básicamente al comportamiento de un ser dentro de la sociedad desde los más sencillos hasta los más solemnes.

- c) *Valores materiales:*** Son aquellos que nos permiten persistir, están ligadas con las necesidades básicas como la alimentación, vestimenta, ya que los mismos son importantes para poder subsistir en el entorno en el que se vive.

- d) *Valores espirituales:*** Son aquellos valores que nos enseña a no dar importancia a los valores no materiales de la vida de cada ser. Además son parte de las necesidades humanas agregando sentido y fundamento a nuestras vidas.

- e) *Valores morales:*** Son aquellos valores que nos reflejan las actitudes y conductas que una determinada sociedad considera indispensables para la convivencia, el orden y el bien general.

1.3.2.4 Ética y Valores

La ética es una rama de la filosofía que se ocupa del estudio racional de la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir. La ética tiene como objeto los actos

que el ser humano realiza de modo consciente y libre, no se limita sólo a ver cómo se realizan esos actos, sino que busca emitir un juicio sobre estos, que permite determinar si un acto ha sido éticamente bueno o éticamente malo.

Según **BARROSO, Pablo**, (1995) en su libro Estrategias Innovadoras de la Ética manifiesta:

“Ética es la ciencia filosófico-normativa y teórico-práctica que estudia los aspectos individuales y sociales de la persona temer de la moralidad de los actos humanos, bajo el prisma de la razón humana, la honestidad teniendo siempre como fin el bien honesto, la honestidad” Pág. 65

Para las investigadoras la ética y valores es el compromiso que se adquiere con uno mismo, ya que nuestra actitud demuestra mucho al momento de desempeñarse en el ámbito laboral y social también se refiere a una decisión interna y libre que no representa una simple aceptación de lo que otros piensan, dicen y hacen ya que cada persona es responsable de lo que desea hacer. Es por eso que en cada empresa sea pública o privada el practicar los valores son muy indispensables ya que demuestran su forma de ser al momento de brindar atención a un grupo de personas determinadas.

1.3.2.5 Importancia de la ética y valores

Los valores éticos y morales forman parte de nuestra constitución personal. Ya que es muy importante que los niños aprendan desde pequeños la importancia del respeto por los demás, distinguir el bien del mal para que un futuro sean unas personas de éxito. La importancia de los valores 'éticos y morales' es absolutamente relativa, en función a la época y a la cultura.

Según **AGUILAR**, Siliceo (1997) en su libro Ciencia y Educación menciona:

“Los valores son los cimientos de toda cultura humana y por tanto de toda cultura organizacional. Éstos conforman los principios éticos y el soporte filosófico del ser y quehacer de la empresa, mismos que permitirán de manera óptima el logro de los objetivos de productividad, calidad, compromiso y satisfacción de su personal y de sus clientes” Pág. 25

Para las investigadoras la ética y los valores tienen mucha importancia en la sociedad, ya que los seres humanos tienen valores con los que se desarrollan positivamente, mediante estos valores deciden si hacer o no lo correcto en una determinada situación, es decir, si se desea o no llevar una conducta moral. La vida sin cualquier tipo de valores no sería posible, ya que son nuestros valores y nuestros ideales los que nos llevan a decidir lo más adecuado y lo más bueno para los demás y para nosotros mismos, en cada situación de nuestra vida.

1.3.2.6 Valores Principales para una buena Atención al Cliente

Dentro de una empresa es importante que el personal que labora no tenga problemas al momento de ofertar un servicio, para ello deben poner en práctica principios éticos que establezcan reglas que ayuden a describir el comportamiento de una persona, a continuación presentaremos algunos valores humanos que ayudarán al buen desempeño laboral dentro de una Institución.

- a) *Honestidad.***- Conocer sus defectos y virtudes y realizar una autoevaluación para mejorar el ambiente laboral y ofrecer una buena imagen corporativa hacia los usuarios.

- b) *Compromiso.***- Cumplir lo establecido dentro de sus obligaciones para brindar un servicio de excelencia con responsabilidad.

- c) **Lealtad.-** Actuar de forma honesta y sincera al establecer un vínculo con los miembros internos y externos de una organización.
- d) **Ecuanimidad.-** Actuar de forma justa e imparcial al momento de establecer una relación entre cliente y empresa.
- e) **Respeto.-** Demostrar respeto ante la dignidad humana con un trato justo sin discriminación alguna.

1.3.3 Pluriculturalidad

1.3.3.1 Definición de Pluriculturalidad

Según **AMADOU**, Mahtar, (1999) en su libro La Pluriculturalidad menciona:

“El término cultura de la siguiente manera Cultura es aquello que una comunidad ha creado, y lo que ha llegado a ser gracias a esa creación, lo que ha producido en los dominios donde ejerce se creatividad y el conjunto de rasgos espirituales y materiales que, a lo largo de ese proceso, han llegado a modelar su identidad y a distinguirla de otras” Pág., 7

Para las investigadoras la pluriculturalidad se define como el conjunto de creencias que nos han inculcado nuestra cultura a la que pertenecemos, caracterizándonos por nuestros rasgos, manera de vivir, forma de afrontar nuestros problemas, e índole compartida por la sociedad. También podemos manifestar que una cultura puede estar sujeta al cambio, sobre todo si existe una cultura con mayor fuerza impositiva que trate de adaptarla o modificarla, es por ello que cada cultura debe unir fuerzas para luchar contra este impulso externo y mantener sus propias condiciones de vida y costumbres a través del tiempo.

Según MALL, Claudio, 1996 en su libro Pensamiento Indigenista del Ecuador manifiesta:

“La pluriculturalidad reconoce la diversidad cultural, pero establece una condición: para garantizar la armonía y la convivencia entre las diferentes culturas en un mismo espacio, debe aceptarse un consenso de valores que delimite los derechos que emanan de una diversidad cultural que en principio no tiene límites. El planteamiento pluricultural amarraría así la diversidad cultural a un orden de valores, promoviendo la convivencia, en contraposición de la ideología multiculturalista que pone barreras y obstruye cualquier acercamiento intercultural” Pág. 15

Para las investigadoras la pluriculturalidad implica la existencia de diferentes culturas en un mismo territorio, respetando la forma de convivencia, vestuario, idioma, costumbres, estos estilos de vida se interrelacionan con los demás y se alimentan de ellas para obtener nuevas formas de convivencia entre los diferentes grupos existentes en la biodiversidad.

1.3.3.2 Culturas del Ecuador

Nuestro Ecuador es un país multiétnico y pluricultural ya que en él existe más de 14 millones de habitantes y que de estos más de 5 millones habitan en la Región Sierra, en la costa del pacífico con una cifra aproximada de 6 millones de habitantes, en la Amazonía con más de 600.000, y en Galápagos con una cifra aproximada de 17 mil habitantes.

Debemos tener en cuenta la diversidad étnica y Regional del Ecuador para de esta manera analizar su cultura. Por lo general esto se encuentra enmarcado por la presencia de mestizos, afros ecuatorianos, indígenas y blancos, así como también las regiones como son la Sierra, Costa y Región Insular.

Se ha establecido que en el Ecuador el 25% de la población es indígena, el 55% de la población es afro ecuatoriano, el 65.5% de la población es mestizo y un 5 % de la población es blanca.

Se ha establecido que la mayor parte de los habitantes practican la religión católica y hablan el español, pero existe varios tipos de religiones, idiomas y dialectos así como también existe inclinación en la música y la literatura, estos aspectos se alteran de acuerdo a la clase social y lugar donde habitan.

1.3.3.3 Historia de las Culturas del Ecuador

Para hablar de nuestra comunidad Ecuatoriana y del futuro hay que conocer el pasado, conociendo su cultura e identidad, es de decir debemos hacer énfasis al origen de dónde venimos y a donde nos dirigimos.

En el Ecuador los primeros grupos étnicos sufrieron cambios debido a las diferentes conquistas que este tuvo. Después de varias investigaciones se ha comprobado que hace 1.200 años A.C existían varias comunidades en el actual Ecuador. En un principio aparecieron los llamados grupos nómadas los mismos que se dedicaban a al casería de animales, con el pasar del tiempo el ser humano desarrolló su intelecto y empezó a usufructuar de las plantas y de los animales logrando así la aparición de la agricultura la que ayudo al crecimiento de las comunidades y estabilidad de los mismos en un respectivo territorio.

1.3.3.4 Etnias del Ecuador Costa Sierra y Oriente

En el Ecuador la cultura es denominada como la composición de influencias del conquistador español más las tradiciones ancestrales de los pueblos la población Ecuatoriana pertenece a varias etnias por lo que es muy diversa.

El Ecuador cuenta con una cultura afro ecuatoriana que sin ser nativa es tomada en cuenta como una más de las etnias las cuales habitan en la región Costa, Sierra la cual ocupa su propia identidad cultural.

Cuadro 2:
ETNIAS DE LA COSTA

NACIONALIDAD	PROVINCIA
Awa	Esmeraldas Carchi e Imbabura
Afro esmeraldeños	Todas las provincias del Ecuador
Chachis	Esmeraldas
Cholo pescador	Esmeraldas, Santa Elena, Guayas
Huancavilcas	Guayas, Santa Elena
Montubios	Guayas, Pichincha ,El Oro, Los Ríos,

Fuente: Libro de Familias y Etnias

Elaborado por: Las Investigadoras

Cuadro 3:
ETNIAS DE LA SIERRA

NACIONALIDAD	PROVINCIA
Cañarís	Cañar, Azuay
Chibuelos	Tungurahua
Chola cuencana	Azuay
Colta	Chimborazo
Kayambi	Imbabura, Pichincha y Napo
Natabuela	Imbabura
Negros del Valle del Chota	Carchi e Imbabura
Otavalos	Imbabura
Ozogoche	Chimborazo
Panzaleos	Cotopaxi
Quisapincha	Tungurahua
Quitucara	Pichincha
Salasacas	Tungurahua
Saraguros	Azuay y Pichincha
Tsachilas	Santo Domingo de los Tsáchilas

Fuente: Libro de Familias y Etnias

Elaborado por: Las Investigadoras

Cuadro 4:
ETNIAS DEL ORIENTE

NACIONALIDAD	PROVINCIA
Andoas	Pastaza
Cofanes	Sucumbios
Huarani	Pastaza, Orellana y Napo
Quichuas	Napo y Pastaza

Secoyas	Sucumbios
Shuar	Morona Santiago, Pastaza y Zamora Chinchipe
Sionas	Sucumbios
Zaparos	Pastaza

Fuente: Libro de Familias y Etnias
Elaborado por: Las Investigadoras

1.3.3.5 Lenguas del Ecuador

En el Ecuador la lengua más hablada es el idioma castellano a pesar de que existe lenguas de acuerdo a la etnia en este caso podemos poner un ejemplo del acento serrano con el acento costeño ya que este es muy diferente en su pronunciación.

En la Provincia de Esmeraldas el acento costeño, puede variar de acuerdo a la clase social o al ámbito urbano o rural al que habita. En la región Sierra se utiliza el idioma español andino ya que se identifica por el uso de quichuismos o palabras prestadas del quichua.

1.3.3.6 Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo N° 8 Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

Según **COELLAR**, Juan Carlos, (1996) en su libro La Tendencia menciona:

“La construcción del Estado Plurinacional e Intercultural plantea la unidad en la diversidad, en que la sociedad, ecuatoriana reconoce la existencia de las nacionalidades indígenas y los pueblos afro ecuatorianos y montubios como sujetos políticos con derechos propios. Una de las finalidades del Estado plurinacional es garantizar la vigencia de los derechos a diferentes formas de libertad, de conformidad con los nuevos sujetos incluidos en el pacto social de tal manera que ninguno adquiera preeminencia por sobre otros” Pág. 104

Las investigadoras manifiestan que "se debe reconocer la gran importancia de la existencia de territorios culturalmente diversos, de pueblos y nacionalidades y su conformación como circunscripciones territoriales indígenas de acuerdo a la constitución donde se deben respetar prácticas culturales ancestrales en un contexto de mutuo respeto, proteger sitios arqueológicos y fomentar el conocimiento de la diversidad cultural ya que cada uno de estos son los que hacen de la cultura un elemento primordial para la existencia de pueblos y nacionalidades diversas.

El Ecuador está formado por 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios, los mismos que hablan 12 lenguas que se deben reconocer como parte de la identidad ecuatoriana y el patrimonio histórico cultural del país.

Con la estrategia Territorial Nacional se propone un modelo que reconozca los derechos de los pueblos y nacionalidades para que sus prácticas de vida, conocimiento y cosmovisiones puedan ser compartidas y valoradas. Fomentar el conocimiento de la diversidad cultural del Ecuador es un elemento básico para el desenvolvimiento de pueblos y nacionalidades.

El Patrimonio Cultural Ecuatoriano, tangible e intangible, está formado por sus lenguas y formas de expresión; edificaciones, espacios y conjuntos urbanos; documentos, objetos y colecciones; creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. Todos estos elementos generan un equipaje ecuatoriano muy amplio. Sin embargo la ausencia de una reflexión sostenida y profunda sobre la cultura y sus relaciones con las demás instancias de la vida social (economía, desarrollo social, política, manejo ambiental, educación, salud, etc.), permiten una paulatina pérdida material e inmaterial de la base cultural.

Frente a esto, es urgente el reordenamiento del sector cultural de carácter público con el fin de reforzar la creación de un nuevo sistema de valores expresado en el

reconocimiento de las diversas identidades, en las cuales nos podamos reconocer todas las personas y potenciar los errores heredados del pasado.

La riqueza cultural y el patrimonio natural de gran biodiversidad hacen del Ecuador un destino turístico privilegiado. No obstante, muchos de los territorios con vocación turística son zonas con pobreza y bajo nivel de cobertura de servicios, cuyos habitantes han sido relegados de los beneficios de la actividad turística.

El paisaje construido del Ecuador está formado por poblados y ciudades; arquitecturas de distintas épocas y origen. Cabe destacar las 22 ciudades consideradas patrimonio cultural de la nación, desde ellas Quito y Cuenca.

1.3.4 La Atención Al Cliente

1.3.4.1 Antecedentes

Desde la antigüedad, el ser humano siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. , con el pasar del tiempo, la forma de obtener los productos cambio porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias.

Posteriormente, esto fue reemplazado con la aparición de centros de abastos, por ejemplo los mercados, ya que en estos había más variedad de productos. Más adelante, los agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ello que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de atención al cliente.

Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlos.

1.3.4.2 Evolución de Atención al Cliente

Según **SERNA**, Humberto, (1999) en su libro Servicio al Cliente señala:

“El concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores” Pág. 22

Para las investigadoras la evolución de la atención al cliente se plasma en satisfacer en totalidad las necesidades y de esta manera disminuir el deseo del cliente de dividir sus asuntos entre varias instituciones. Con dicha evolución el cliente ha podido conocer lo que es una buena atención al cliente ya que en la antigüedad solo se trataba de vender un producto y que este tenga mucha acogida por todas las personas sin importar que tan satisfecho estuviere el cliente.

1.3.4.3 Definición de Servicio al Cliente

Según **RAPAHMELL**, John, (1974) en su libro La Conciencia y la Creatividad manifiesta:

“La Atención al Cliente es aquel servicio que prestan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes, en caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores” Pág.65

Para las investigadoras la atención al cliente se enfoca en los productos y servicios que ofrece una empresa hacia los clientes, atendiendo cada una de sus peticiones con profesionalismo, ya que esto ayuda a mantener una amplia fidelización del cliente hacia un producto o servicio, fortaleciendo así, el desarrollado de una la empresa.

1.3.4.4 Importancia de la Atención al Cliente

Según ZEITHAMI, Valarie, (1954) en su libro Servicio de Calidad manifiesta:

“La importancia del servicio al cliente se encuentra implícito en cualquier actividad comercial. El servicio va más allá de la cortesía y la amabilidad se lo considera como un valor agregado para el cliente, debemos tener presente que el cliente es cada vez más exigente en este sentido, los clientes buscan a empresas en donde se pueda depositar confianza, credibilidad aunque muchas veces no lo notemos los cliente evalúan constantemente la calidad en el servicio, la manera como lo perciben. Si una empresa no da importancia a este aspecto no será competitiva o lo que es peor no podrá permanecer en el mercado. La experiencia de vivir un mal servicio es la causa principal de la pérdida de clientes”. Pág.44

Para las investigadoras la importancia de una buena atención al cliente busca principalmente resolver los problemas y peticiones del cliente en un tiempo determinado compartiendo una buena relación entre empresa-cliente impartiendo respeto, confianza y seguridad para de esta manera obtener respuestas positivas para el progreso de la empresa.

1.3.4.5 Cliente

Un cliente es la persona que recibe un bien o servicio, a cambio de alguna compensación monetaria o cualquier otro objeto de valor. La palabra proviene del latín clientes.

Un cliente puede ser catalogado en dos categorías principales: como cliente final, que es el que adquiere el producto por el simple deseo de poseerlo y utilizarlo, o como cliente intermedio, que es el que compra el producto con el fin de volverlo a vender para obtener una ganancia.

1.3.4.6 Tipos de Clientes

Dentro de la atención al cliente podemos destacar dos tipos de clientes:

- a) **Cliente Interno.-** Es aquella persona que pertenece a una empresa, que por su lugar de trabajo reciben de otros algún producto a servicio para cumplir su actividad laboral.

- b) **Cliente externo.-** Son aquellas personas que no pertenece a una Institución y que acuden a la misma por adquirir un bien o un servicio que ayudará a satisfacer una necesidad humana.

1.3.4.7 Beneficios de una buena atención al cliente

- a) **Mejor satisfacción del cliente.-** Esto ocurre cuando sus necesidades fueron cumplidas a cabalidad con un producto y servicio de calidad.

- b) **Mejor reputación.-** Esto sucede cuando una empresa muestra una interacción positiva ante el cliente el mismo que ayuda a promocionar un producto o servicio a través de redes sociales o comunicación personal.

- c) **Lealtad de los clientes.-** Es cuando una organización cumple o excede las expectativas del cliente con un valor agregado al producto o servicio ofertado.

- d) **Aumento de ingresos.-** Un servicio brindado al cliente significa aumento de ingresos para la empresa ya que cumplen la escala de calidad.

1.3.4.8 Tipos de comunicación

- a) **Comunicación verbal:** Es aquella que expresamos mediante la voz y en la cual debemos utilizar correctamente nuestros valores humanos ya que estos reflejan la personalidad de cada persona.

- b) Comunicación no verbal:** Es la expresión corporal para la cual se debe utilizar la sonrisa, la postura, la vestimenta y los gestos para transmitir confianza y profesionalidad al cliente.

- c) Comunicación escrita:** Es la que se debe poner especial atención a la gramática, ya que una frase escrita incorrectamente puede malinterpretarse, y una falta de ortografía dará una mala sensación al cliente.

CAPÍTULO II

2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1 Reseña Histórica Del Centro De Salud Latacunga

El Hospital Civil Hermanas Páez está ubicado en el sector de San Agustín en la parte central de Latacunga, en el siglo XIX ocupaba una amplia área verde que estuvo destinada para la reflexión católica, fue donado por las Hermanas Ana y Mercedes Páez, para que fundara un Hospital de caridad en esta ciudad, las misma que fue efectuada ante un notario el 23 de Agosto de 1863.

Paralelamente a esto una Junta Pro-Hospital recibió de parte del Dr. Felipe Sarrade por cuatro años, el edificio adjudicado a él por las hermanas Páez, del cual él se comprometía ayudar con los costos del personal, debiendo a su vez la comunidad compensarlo por la atención a los enfermos.

2.1.1 Misión del Centro de Salud Latacunga

Garantizar el derecho a la Salud a través de la provisión de servicios de atención individual, prevención de enfermedades, promoción de la salud e igualdad, la gobernanza de salud, investigación y desarrollo de la ciencia

2.1.2 Visión Del Centro De Salud Latacunga

Ejercer plenamente la gobernanza del Sistema Nacional de Salud, que priorice la promoción de la salud y la prevención de enfermedades, con altos niveles de atención de calidad, con calidez, garantizando la salud integral de la población y el acceso universal a una red de servicios, con la participación coordinada de organizaciones públicas, privadas y de la comunidad.

2.1.3 Valores Institucionales

- a) *Respeto:*** Todas las personas son iguales y merecen el mejor servicio, por lo que nos comprometemos a respetar su dignidad y a atender sus necesidades teniendo en cuenta, en todo momento, sus derechos.
- b) *Inclusión:*** Reconocemos que los grupos sociales son distintos y valoramos sus diferencias.
- c) *Vocación de servicio:*** Nuestra labor diaria lo hacemos con pasión.
- d) *Compromiso:*** Nos comprometemos a que nuestras capacidades cumplan con todo aquello que se nos ha confiado.
- e) *Integridad:*** Tenemos la capacidad para decidir responsablemente sobre nuestro comportamiento.
- f) *Justicia:*** Creemos que todas las personas tienen las mismas oportunidades y trabajamos para ello.
- g) *Lealtad:*** Confianza y defensa de los valores, principios y objetivos de la entidad, garantizando los derechos individuales y colectivos.

2.2. DISEÑO METODOLÓGICO

2.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación en el Centro de Salud se utilizaron métodos teóricos, empíricos y estadísticos lo cual ayudó a llevar el proceso de una manera ordenada y lógica para el lograr los objetivos planteados en la investigación

2.2.1.1 Método Inductivo – Deductivo

Para la elaboración de la tesis se utilizó el método inductivo-deductivo a través del cual se logró extraer información partiendo de lo general a lo particular ayudándonos a la conclusión de la Investigación.

2.2.1.2 Método Empírico

En esta investigación se aplicó la observación directa de los fenómenos y hechos existente en el Centro de Salud Latacunga la misma que ayuda a la recopilación de información a utilizarse en la Investigación.

2.2.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.2.2.1 Investigación Aplicada

La presente investigación es aplicada porque pretende solucionar un problema detectado en el Centro de Salud Latacunga como lo es la atención a la población indígena y negra.

2.2.2.2 Investigación Descriptiva

El método de estudio utilizado es de tipo descriptivo, porque permitió analizar, medir y recolectar datos de todo el proceso administrativo y organizacional del Centro de Salud, permitiendo determinar la situación real del problema y sus diferentes elementos para el desarrollo de la investigación

2.2.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Con el propósito de obtener un procedimiento adecuado que conlleve a un correcto conocimiento enfocado en la realidad, el grupo de investigadores ha visto la necesidad de aplicar las siguientes técnicas de investigación

2.2.3.1 Observación

La técnica de observación se utilizará para observar el comportamiento del personal que laboran en el Centro de salud con los clientes, ya que al observar la conducta tal y como suceden en su medio natural ayudará a determinar de forma clara lo que acontece en el entorno a investigarse.

2.2.3.2 Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador para analizar la información obtenida y sistematizarla de forma estadística. La encuesta será aplicada a todo el personal que labora en el Centro de salud de la misma manera a la población Indígena y Negra.

2.2.4 INSTRUMENTOS

Los instrumentos son recursos que ayudan acercarse al fenómeno en su contexto natural para poder extraer información, cabe señalar que cada instrumento posee una forma y un contenido para la aplicación de cada uno de ellos en el ámbito investigativo.

2.2.4.1 Ficha de Observación

Para la técnica de observación se desarrolló una ficha de observación la misma que contiene preguntas cerradas las cuales ayudaron a las investigadoras a resolver el problema planteado.

2.2.4.2 Cuestionario

Para la técnica de la encuesta se utilizó dos cuestionarios que contienen preguntas cerradas, el primero fue aplicado a la población indígena y negra atendidas en el Centro de Salud y el Segundo fue aplicado al personal que labora en la Institución, cada resultado obtenido se pudo comparar el mismo que fue relevante en la investigación.

2.3 UNIDAD DE ESTUDIO

Para la presente investigación se trabajó con todo el personal que labora en el Centro de Salud y con las etnias indígenas y negras para obtener información necesaria en la investigación, tomando en consideración que una vez establecida la población se realizará el cálculo de la muestra.

2.3.1 Población

Cuadro 5:

POBLACIÓN INDÍGENA Y NEGRA Y EMPLEADOS

Pacientes	N°
Indígenas	344
Negros	70
TOTAL	414
Empleados del centro de Salud	35

Fuente: Centro de Salud Latacunga
Elaborado por: Las Investigadoras

2.3.1.1 Calculo de la Muestra

Simbología

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población o el Universo

E: Margen de Error (0.05)

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

$$n = \frac{414}{(0,05)^2(414-1)+1}$$

$$n = \frac{414}{(0,0025)(413)+1}$$

$$n = \frac{414}{1.0325+1}$$

$$n = \frac{414}{2.0325}$$

$$n = 203$$

Al realizar el cálculo de la muestra nos deduce que $n=203$ son pacientes pertenecientes a las etnias indígenas y negras por tal motivo será el número a considerar para la aplicación del instrumento 1 (Encuesta del Grado de Satisfacción de la población indígena y negra)

El total de empleados que conforman el Centro de Salud Latacunga es de 35, por ser un número pequeño se aplicó a la totalidad el instrumento 2 (Encuesta de la Calidad de Atención al Cliente).

2.4 Análisis de la Ficha de Observación aplicada a las Investigadoras

1. ¿El personal que labora en el Centro de Salud Latacunga son amables al momento de brindar atención a la población Indígena y Negra?

Las Investigadoras observaron que en la institución existen falencias en cuanto a ofrecer el servicio a las etnias indígenas y negras ya que no se toma con formalidad el hábito de las buenas costumbres y relaciones humanas, en circunstancias se olvidan que lo primordial en una institución es ofrecer al paciente un trato amable y cordial.

2. ¿El personal muestra igualdad de servicio para todos los clientes?

Las investigadoras detectaron que el servicio brindado no muestra igualdad hacia la población indígena y negra ya que por su etnia son vulnerables a la discriminación.

3. ¿El tiempo que espera el cliente para ser atendido es favorable?

Las investigadoras manifiestan que el tiempo de espera no es favorable ante sus necesidades primordiales que tiene la población indígena y negra, provocando insatisfacción y pésima imagen institucional.

4. ¿El personal que labora en el Centro de Salud Latacunga toma en cuenta las necesidades primordiales de la Población Indígena y Negra?

Las investigadoras deducen que gran parte del personal que labora en la institución de salud muestra poca importancia en desempeñar sus actividades diarias ya que no lo hacen por vocación sino por interés.

5. ¿El personal que atiende a los pacientes es una persona quichua hablante que pueda dirigirse a la población indígena y negra para brindar un buen servicio?

Las investigadoras exponen que no existe una persona quichua hablante ya que en su mayoría son personas mestizas quienes desempeñan la actividad de salud.

2.5 Análisis de la Encuesta Aplicada a la Población Indígena y Negra Atendida en el Centro de Salud Latacaunga

1. ¿Qué opinión tiene usted de la calidad de servicio que brinda el Centro de Salud hacia la población indígena y negra

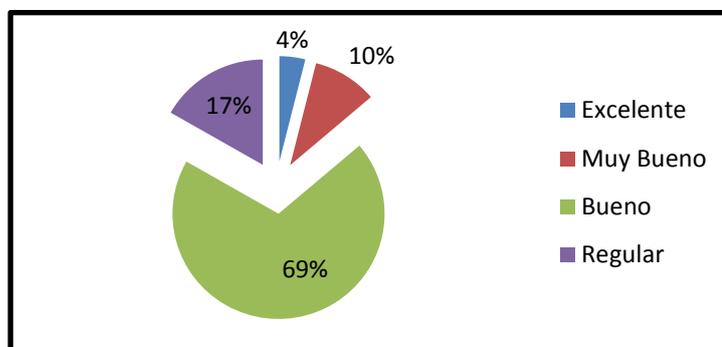
Tabla 1:

CALIDAD DEL SERVICIO

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Excelente	8	4%
Muy bueno	20	10%
Bueno	141	69%
Regular	34	17%
TOTAL	203	100%

Fuente: Población Indígena y negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 1:
CALIDAD DEL SERVICIO



Fuente: Población Indígena y negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados 4% piensan que el servicio brindado es excelente, el 10% es muy bueno, mientras que el 17% opina que el servicio es regular y el 69% opina que es bueno.

La calidad de servicio en el Centro de salud se encuentra entre lo bueno y regular con un porcentaje de 86% lo cual hace relevante nuestra investigación.

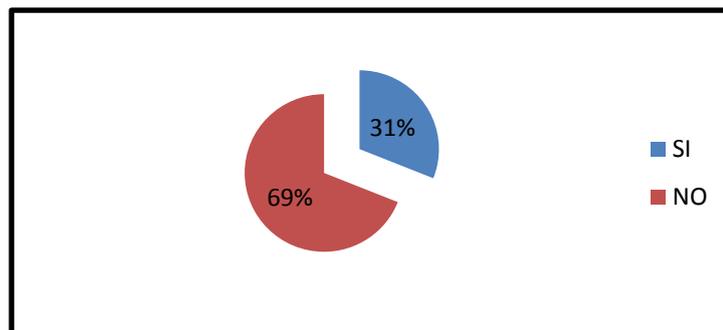
2.¿Considera usted que el personal que labora en el Centro de Salud, está preparado para brindar una atención de calidad a la población indígena y negra?

Tabla 2:
PERSONAL PREPARADO PARA BRINDAR ATENCION DE CALIDAD

Opciones	Encuestados	Porcentaje
SI	63	31%
NO	140	69%
Total	203	100%

Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 2:
PERSONAL PREPARADO PARA BRINDAR ATENCION DE CALIDAD



Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

EL 31% considera que el personal que labora en el Centro de Salud si está preparado para brindar una atención de calidad, mientras que el 69% considera que no.

Las tesis sugieren que el personal del Centro de Salud debe prepararse constantemente ya que los pacientes necesitan que sus exigencias sean satisfechas con eficiencia y eficacia.

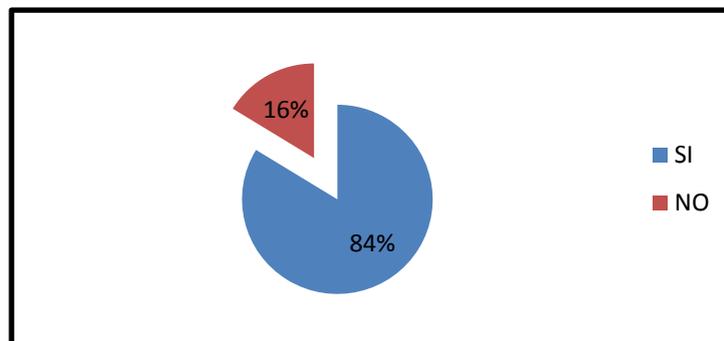
3. **¿Considera usted que el personal que labora en el Centro de Salud debe recibir instrucciones que permita mejorar la atención a la población indígena y negra?**

Tabla 3:
INSTRUCCIONES QUE PERMITAN MEJORAR LA ATENCIÓN

Opciones	Encuestados	Porcentaje
SI	170	84%
NO	33	16%
Total	203	100%

Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Grafico 3:
INSTRUCCIONES QUE PERMITAN MEJORAR LA ATENCIÓN



Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados el 84% piensa que el personal que labora en el Centro de Salud si deben recibir instrucciones, mientras que el 16% considera que no.

Las investigadoras concluyen que personal del Centro de Salud son quienes deben acatar órdenes para mejorar la atención, con el fin de que la población indígena y negra se sienta satisfecha con el servicio

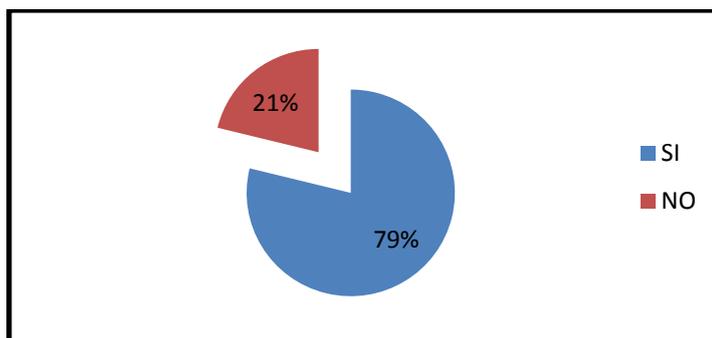
4 ¿El Centro de Salud cuenta con instalaciones adecuadas y confortables que garanticen una buena atención al cliente?

Tabla 4:
INSTALACIONES ADECUADAS Y CONFORTABLES

Opciones	Encuestados	Porcentaje
SI	160	79%
NO	43	21%
Total	203	100%

Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 4:
INSTALACIONES ADECUADAS Y CONFORTABLES



Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Interpretando los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a la población indígena y negra un 79% manifestaron que el Centro de Salud si cuenta con instalaciones adecuadas y confortables que garantizan una buena atención al cliente, mientras que un 21% manifestaron que no.

Las investigadoras concluyen que las instalaciones adecuadas son parte primordial para garantizar un buen servicio.

5 ¿El servicio recibido por parte del personal que labora en el Centro de Salud solucionó su requerimiento?

Tabla 5:

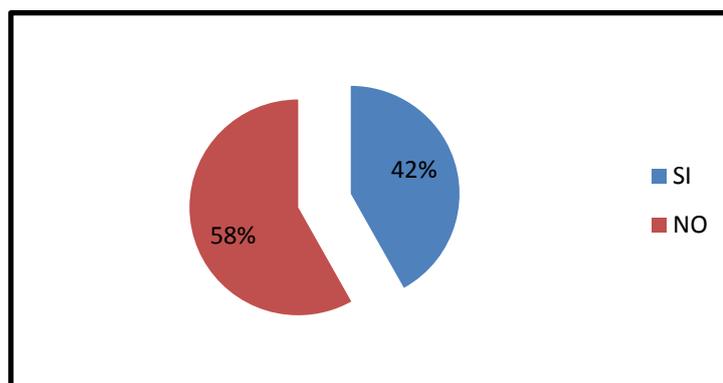
EL SERVICIO RECIBIDO SOLUCIONA LOS REQUERIMIENTOS

Opciones	Encuestados	Porcentaje
SI	85	42%
NO	118	58%
Total	203	100%

Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Grafico 5:

EL SERVICIO RECIBIDO SOLUCIONA LOS REQUERIMIENTOS



Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la encuesta realizada, un 58% manifiestan que el servicio recibido no solucionó su requerimiento, mientras que un 42% consideran que el servicio que reciben si solucionan su requerimiento.

Las Investigadoras manifiestan que los empleados del Centro de Salud deben estar predispuestos a brindar su servicio a toda la población Indígena y Negra logrando satisfacción en los mismos.

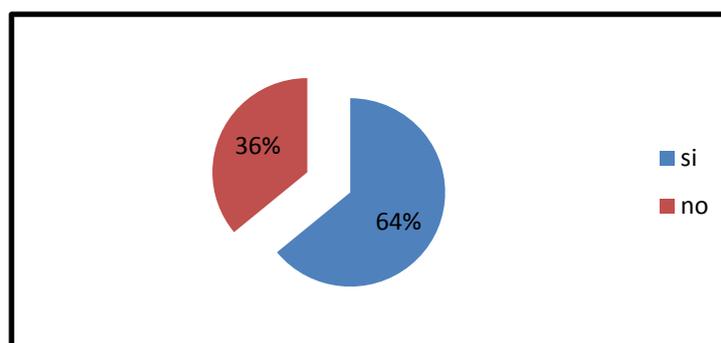
6 ¿Ha tenido usted alguna dificultad al momento de ser atendido por el personal que labora en el Centro de Salud?

Tabla 6:
DIFICULTADES AL MOMENTO DE SER ATENDIDOS

Opciones	Encuestados	Porcentaje
SI	130	64%
NO	73	36%
Total	203	100%

Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 6:
DIFICULTADES AL MOMENTO DE SER ATENDIDOS



Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta realizada un 64% de las personas encuestadas manifiestan haber tenido dificultad al momento de ser atendidos por el personal que labora en el Centro de Salud, mientras que un 36% considerarán no haber tenido ninguna dificultad.

Analizando el punto de vista investigativo, la gran mayoría de los encuestados dan a conocer que lo primordial en una Institución debería ser el buen servicio hacia el paciente para garantizar confianza y credibilidad hacia el mismo.

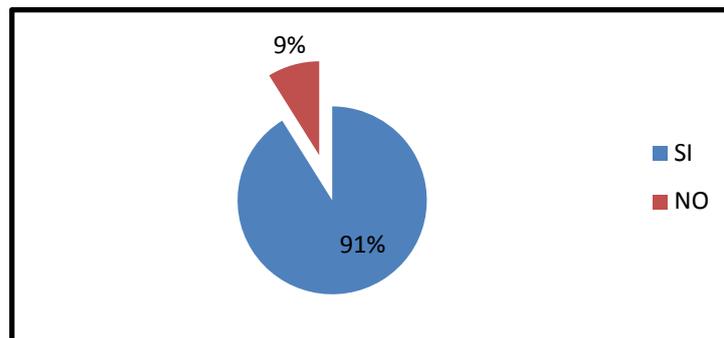
7 ¿Considera usted que se debería implementar una guía de atención al cliente enfocado a la buena atención hacia la población indígena y negra?

Tabla 7:
IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Opciones	Encuestados	Porcentaje
SI	185	91%
NO	18	9%
Total	203	100%

Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 7:
IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE



Fuente: Población Indígena y Negra atendidas en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta realizada un 91% consideran primordial la aplicación de una Guía de atención al cliente enfocado a la buena atención hacia la población indígena y negra, mientras que un 9% consideran que no se debería aplicar.

Las tesistas consideran que la aplicación de la guía de atención al cliente enfocado en los valores Humanos es esencial e importante, ya que al desarrollarlo su resultado se verá reflejado en el prestigio del Centro de Salud.

2.6 Análisis de la Encuesta Aplicada a los Empleados en el Centro de Salud Latacunga

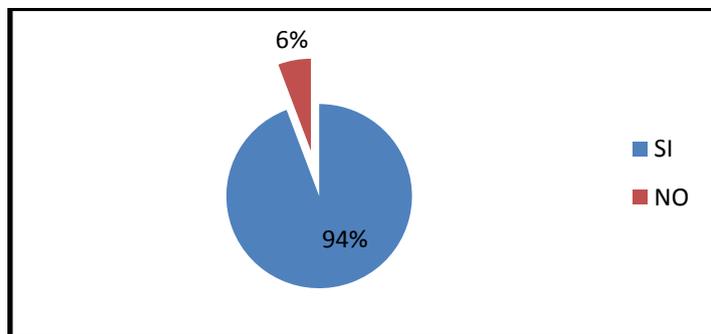
1. Conoce usted lo que es atención al cliente?

Tabla 8:
ATENCIÓN AL CLIENTE

Opciones	Encuestados	Porcentaje
SI	33	94%
NO	2	6%
Total	35	100%

Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 8:
ATENCIÓN AL CLIENTE



Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados el 94% conocen el concepto de Atención al Cliente, mientras que el 6% no conocen la definición del mismo.

El concepto de Atención al Cliente es parte primordial en una Institución, por tal motivo todos los miembros deben conocer su significado.

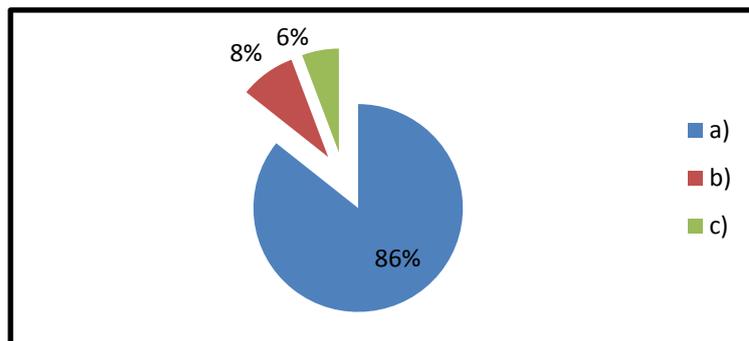
2. Cuando un paciente ingresa al Centro de salud sucede:

Tabla 9:
ACTITUDES FRENTE A UN CLIENTE

Opciones	Encuestados	Porcentaje
a) Saluda cortesmente	30	86%
b) Espera que le saluden	3	8%
c) Es indiferente con la persona que ingresa	2	6%
TOTAL	35	100%

Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 9:
ACTITUDES FRENTE A UN CLIENTE



Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del 100% de los encuestados el 86% saluda cortesmente al cliente, el 8% espera que lo saluden, mientras que un 6% es indiferente con la persona que ingresa.

Las buenas actitudes frente a un cliente se ven reflejadas en los valores humanos que se aplican al tener contacto directo con el mismo, esto ayudará a mantener una excelente imagen Institucional.

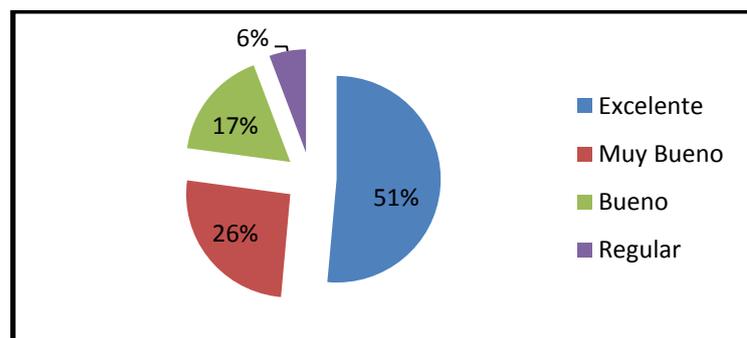
3. ¿Como atiende usted a la poblacion indigena y negra?

Tabla 10:
ATENCIÓN A LA POBLACIÓN INDIGENA Y NEGRA

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Excelente	18	51%
Muy Bueno	9	26%
Bueno	6	17%
Regular	2	6%
TOTAL	35	100%

Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 10:
ATENCIÓN A LA POBLACIÓN INDIGENA Y NEGRA



Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta realizada el 51% opina que la atención es excelente hacia la población Indígena y Negra, el 26% considera que es muy buena, mientras que el 17% es buena y el 6% manifiestan que la atención es regular .

Las investigadoras manifiestan que el personal que laboran en el Centro de Salud expresa un 23% mínimo de ineficiencia en la calidad de servicio a la población indígena y negra.

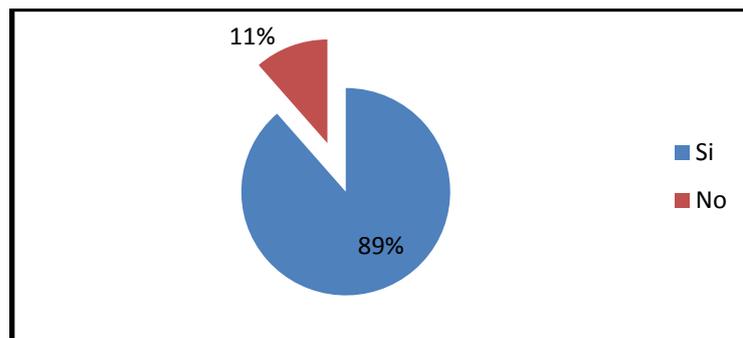
4. Considera usted que el cliente es primordial en una institución?

Tabla 11:
CLIENTE PRIMORDIAL EN LA INSTITUCIÓN

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Si	31	89%
No	4	11%
TOTAL	35	100%

Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 11:
CLIENTE PRIMORDIAL EN LA INSTITUCIÓN



Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Interpretando los resultados obtenidos el 89% consideran que el cliente es la parte primordial en una Institución, el 11% manifiestan que el cliente no es la parte primordial.

Analizando el punto de vista investigativo la mayoría de los encuestados consideran que el cliente es la parte primordial en una Institución, esto es positivo ya que ayuda a que la atención al cliente sea de excelencia.

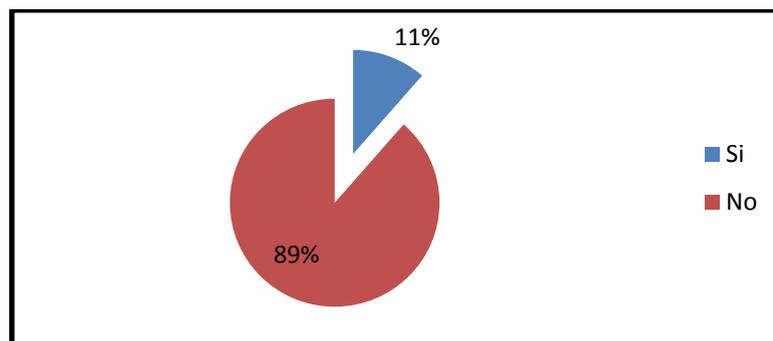
5. Ha tenido usted preferencia de pacientes al momento de brindar su servicio?

Tabla 12:
PREFERENCIA DE PACIENTES

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Si	4	11%
No	31	89%
TOTAL		100%

Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 12:
PREFERENCIA DE PACIENTES



Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la encuesta realizada el 11% manifiestan tener preferencia hacia el servicio que prestan , mientras que un 89% consideran no tener preferencia al brindar el servicio.

Las tesistas consideran que no debe haber preferencias hacia ninguna etnia ya que todos somos iguales y tenemos los mismos derechos y debemos ser atendidos con igualdad.

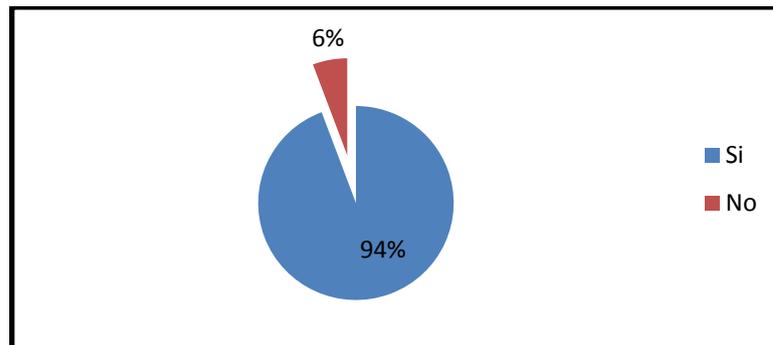
6. Considera usted que los valores humanos es parte esencial para una buena atención al cliente?

Tabla 13:
VALORES HUMANOS

Opciones	Encuestados	Porcentaje
Si	33	94%
No	2	6%
TOTAL	35	100%

Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 13:
VALORES HUMANOS



Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPETACIÓN

De acuerdo a la encuesta aplicada el 94% manifiestan que los valores humanos es la parte esencial para una buena Atención al Cliente, el 6% consideran no ser esencial

Analizando el punto de vista investigativo la mayoría de los encuestados señalan que lo primordial en una buena atención son los valores humanos, esto ayuda a que el cliente tenga preferencia hacia la Institución

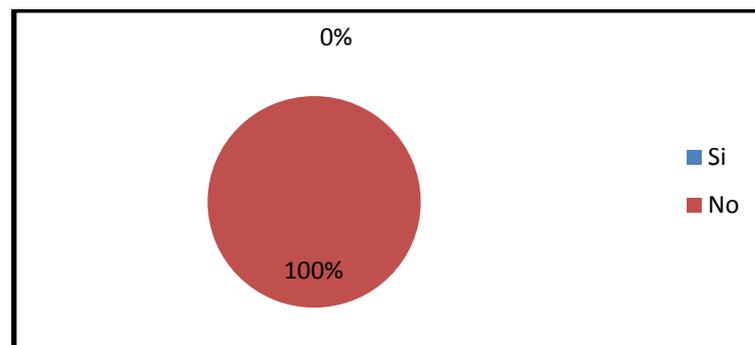
7. Se considera usted una persona quichuahablante para atender a la población indígena y negra?

Tabla 14:
PERSONA QUICHUA HABLANTE

Opciones	Encuetados	Porcentaje
Si	0	0%
No	35	100%
TOTAL	35	100%

Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

Gráfico 14:
PERSONA QUICHUA HABLANTE



Fuente: Personal que laboran en el Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

ANÁLISIS E INTERPETACIÓN

De acuerdo a la encuesta realizada el 100% consideran no ser una persona quichuahablante.

Las tesisistas consideran que es indispensable que el personal que labora en el Centro de Salud conozca el idioma quichua, ya que al mismo acuden personas de distintas etnias que hablan este idioma.

CAPÍTULO III

3 DISEÑO DE LA PROPUESTA

GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE ENFOCADO EN LOS VALORES HUMANOS PARA EL PERSONAL QUE LABORA EN EL CENTRO DE SALUD DE LATACUNGA

DATOS INFORMATIVOS

INSTITUCIÓN EJECUTORA: Centro de Salud de Latacunga

BENEFICIARIOS: **DIRECTOS:** Personal del Centro de Salud
INDIRECTOS: Población Indígena y Negra

UBICACIÓN: Ciudad Latacunga, Calle 2 de Mayo y
Hermanas Páez

TIEMPO ESTIMADO PARA LA ELABORACIÓN DEL MANUAL

Inicio: Octubre 2014

Fin: Diciembre 2015

EQUIPO RESPONSABLE

TESISTAS: Saquinga Villafuerte Lourdes Isabel
Toaquiza Heredia Mayra Jimena

3.1 Antecedentes

La atención al cliente está considerado como un valor agregado para el cliente, ya que en la actualidad el cliente es cada vez más exigente por lo tanto busca depositar su confianza en una empresa en donde los traten con amabilidad y cortesía, el cliente evalúa la calidad de servicio de distintas maneras al momento de recibir el servicio asignándole una calificación sea esta positiva o negativa

El personal que labora en distintas instituciones está en contacto directo con los clientes resaltando un papel importante en la carta de presentación que la empresa desee mostrar para marcar la diferencia con las demás instituciones.

En el Centro de Salud de Latacunga se ha observado que los clientes son vulnerables al trato que reciben en dicha institución por tratarse de pacientes con distintas etnias, esto se ve reflejado al momento de solicitar alguna información ya que algunos miembros de la Institución no conocen la importancia de la calidad de servicio y lo ofrecen de manera regular.

Estos aspectos afectan a la Institución de una forma negativa ya que el paciente es la parte primordial para el desarrollo de la institución por lo que se ha visto necesario la Elaboración y Aplicación de una guía que contendrá valores humanos, relaciones humanas entre otros aspectos primordiales, la misma que ayudará a potenciar las técnicas de comunicación entre paciente y personal.

3.2 Justificación

El perfil de un profesional en el área de salud debe ser enfatizado en una comunicación armónica, destrezas positivas y un buen desempeño en cada una de las actividades encomendadas, es por ello que se debe emplear técnicas adecuadas que ayuden a caracterizar sus componentes institucionales.

La primera técnica a emplearse sería dar a conocer al personal que labora en Centro de Salud la importancia que conlleva estar capacitado en elementos esenciales sobre la buena atención al cliente ya que esto ayudará a elevar en gran escala la imagen corporativa de la Institución de Salud.

Cabe mencionar que el Centro de Salud no posee una Guía de Atención al Cliente, por tal virtud el personal que labora en la misma carece de conocimientos en atención al cliente, razón por la cual el servicio no es idóneo para la población indígena y negra, provocando de esta manera insatisfacción hacia el paciente.

Al detectar esta falencia las investigadoras proponen la elaboración de una Guía de Atención al Cliente con un amplio contenido en valores y relaciones humanas, enfocadas con estrategias y metas aplicables para mejorar la atención al cliente, logrando de esta manera cumplir con las expectativas de salud hacia la población en estudio. Con esta investigación se beneficiará al Centro de Salud Latacunga, así como también a la Población Indígena y Negra.

3.3 Objetivos

3.3.1. Objetivo General

Implementar un proyecto, con el análisis del problema detectado hacia la población indígena y negra, para mejorar las relaciones interpersonales entre Institución y usuarios.

3.3.2 Objetivos Específicos

Elaborar una guía de atención al cliente para mejorar el servicio al cliente de la población indígena y negra.

Evaluar los resultados obtenidos, para determinar los alcances logrados.

Socializar los contenidos de la guía de atención al cliente mediante charlas o exposiciones, para alcanzar los objetivos trazados.

3.4. Descripción de la Propuesta

Toda institución sin importar la constitución legal depende del cliente ya que es elemento primordial que da vida a la empresa por tal virtud es esencial estar a diario con el cambio tecnológico, debido a que el ambiente de trabajo en cualquier ámbito exige herramientas primordiales para el desarrollo de una buena atención al cliente.

Los elementos de trabajo desenvuelven un rol muy importante en el ámbito empresarial por esta razón es necesario la implementación de una Guía de Atención al Cliente Sistematizado en Valores Humanos, aplicable para cada uno de los Departamentos existentes en el Centro de Salud Latacunga.

La presente guía contiene instrumentos básicos y metodológicos destinados a llenar las expectativas de sus lectores, con temas relevantes como: Atención al cliente, valores humanados, actitudes y aptitudes, aplicación de relaciones humanas, técnicas de servicio al cliente, tipología de clientes, tipos de comunicación entre otros.

Todos los temas mencionados anteriormente están expuestos de forma clara para el buen entendimiento del lector y será satisfactorio el resultado que se obtenga dentro del Centro de Salud Latacunga al momento de que sus contenidos sean puestos en práctica.

GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE



1. Atención Al Cliente

1.1 Cliente

Es la persona que tiene una necesidad que desea satisfacer y para ello necesita solicitar un servicio a una persona o Institución.

1.1.1 Factores que ayudan a una buena atención al cliente:

- ❖ Imagen Personal
- ❖ Sonrisa
- ❖ Amabilidad

❖ Imagen Personal

La imagen personal es nuestra carta de presentación, refleja la manera que queremos relacionarnos con el medio que nos rodea.

Grafico 15

IMAGEN PERSONAL



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

❖ Sonrisa

La sonrisa sirve para dar la bienvenida y expresar la buena disposición de atención, ayudándonos a generar lazos de confianza entre cliente y empresa.

Grafico 16

SONRISA



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

❖ *Amabilidad*

La amabilidad con un cliente es la primera relación para referirse de forma positiva hacia la empresa, un cliente satisfecho atendido con cortesía y trato amable es el mejor aspecto que se puede brindar al mismo.

Grafico 17

AMABILIDAD



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

1.2 *Evaluación del Servicio por el Cliente*

Se debe tener en cuenta que atención y servicio no son lo mismo ya que el cliente se fija en cada detalle y reaccionan ante el mismo, es por eso que se debe conocer los cinco elementos básicos para mantener un eficiente control sobre las técnicas de atención al cliente.

- ❖ **Elementos tangibles:** involucra desarrollar el servicio ofrecido, cumplir el producto o servicio a tiempo.
- ❖ **Disposición:** es ayudar al cliente a seleccionar el producto o servicio facilitándole una asesoría para que cumplan sus necesidades y se sientan satisfechos.
- ❖ **Cualidades del personal:** Los miembros que conforman una empresa deben demostrar que son capaces de cumplir su trabajo para de esta manera inspirar confianza al cliente.

- ❖ **Empatía:** El personal que conforma una institución debe conocer a sus clientes, comprender sus necesidades y mantener una relación positiva y permanente.

1.3 Actitudes Adecuadas en Atención al Cliente

- ❖ ***Mentalidad triunfadora***

El aspecto más importante en la psicología de la motivación está en la mentalidad con que se enfrenta en cada una de las actividades que se presenta en la vida.

- ❖ ***El poder de la actitud positiva***

Toda victoria es obtenida mediante el esfuerzo y sacrificio mutuo enfocándose en el logro de la batalla.

- ❖ ***Enfrente la adversidad***

Busque oportunidades en los obstáculos ya que de ellos aprendemos a tomar decisiones importantes.

- ❖ ***Tener propósito***

Trabajar pensando en la meta laboral y personal. Alcanzar metas y objetivos, pensando en el logro del futuro.

- ❖ ***Hacer sacrificios***

Para lograr algo, siempre hay algo que sacrificar sea este humano o material.

- ❖ ***Adaptarse al cambio***

No mirar hacia atrás. Para lograr grandes cosas, hay que empezar desde el nivel bajo y desarrollarlas de una manera eficiente adquiriendo experiencia para enfocarlas en el desarrollo de actividades en el futuro.

- ❖ ***Nuestra imagen***

Cultive la auto-confianza. La preparación lleva a conseguir grandes logros confiando siempre en el yo interior.

❖ ***Confidencialidad***

Debe salvaguardar en todo momento la discreción laboral, es decir, que toda información relacionada con la empresa no se debe divulgarla siendo discretos en ese aspecto.

1.4 Reglas de Cortesía para una Atención al Cliente

❖ Tratar de siempre sonreír al cliente

Gráfico 18:

SONREIR AL CLIENTE



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

❖ Tratar a los demás como quiera que le traten a usted

Gráfico 19:

TRATO AMABLE



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

- ❖ Ser gentil y agradar a los demás

Gráfico 20:

SER GENTIL



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

- ❖ Tratar de escuchar

Gráfico 21

ESCUCHAR



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

- ❖ No discutir, sencillamente opinar

Gráfico 22:

NO DISCUTIR



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

- ❖ Demostrar Puntualidad

Gráfico 23:

PUNTUALIDAD



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

- ❖ Ser Voluntario y dinámico

Gráfico 24

VOLUNTARIO O DINÁMICO



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

- ❖ Ocultar las dificultades

Gráfico 25:

DIFICULTADES



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

- ❖ Prometer algo que pueda cumplir

Gráfico 26:

CUMPLIMIENTO



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

- ❖ Utilice las palabras "por favor" y no olvide las "gracias"

Gráfico 27:

PALABRAS CLAVES



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

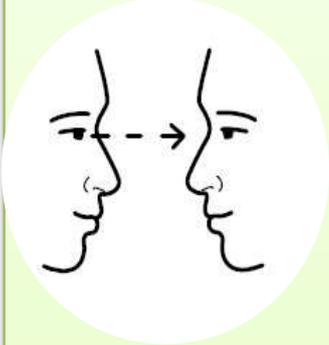
Hacer lo posible para que las reglas de cortesía sean parte de nuestra vida.



1.5 Importancia de saber mirar, escuchar y preguntar

Grafico 28:

IMPORTANCIA DE MIRAR, ESCUCHAR Y PREGUNTAR

 <p>MIRAR</p> <p>Cuando atienda al cliente evite la desviación de la mirada del mismo.</p> <p>La distracción de los ojos ocasiona distracción de la mente.</p> <p>Utilizar ojos y oídos para concentrar su atención.</p>	 <p>ESCUCHAR</p> <p>Nunca interrumpa al cliente mientras habla.</p> <p>Espere hasta que haya terminado de hablar para tomar la palabra.</p> <p>Recuerde que cuando un cliente habla también esta comprando.</p>	 <p>PREGUNTAR</p> <p>Realizar preguntas centradas para que el cliente entienda que usted es capaz de analizar y desarrollar la tarea asignada.</p> 
--	--	--

Fuente: Propia

Elaborado por: Las Investigadoras

1.6 Comunicación con el Cliente

En la atención al cliente debe existir una excelente comunicación ya que es la base primordial de las buenas relaciones con el cliente, el poder de comunicación

se lo realiza con claridad y precisión para que los demandantes reciban correctamente la misma y sean satisfechas sus expectativas.

1.6.1 Comunicación verbal

La comunicación verbal es aquella que se utiliza palabras habladas para transmitir un mensaje, la misma que debe ser coherente a lo que se está tratando.

1.6.1.1 Aspectos que se debe cuidar en la comunicación verbal

Gráfico 29:

ASPECTOS DE LA COMUNICACIÓN VERBAL



Voz Chillona

Este tipo de voz denota descortesía hacia el cliente.



Voz Quebradiza

Es aquella que demuestra tristeza hacia el cliente.



Voz Serena

Es la que denota seguridad y comprensión entre la comunicación.



Voz Fuerte

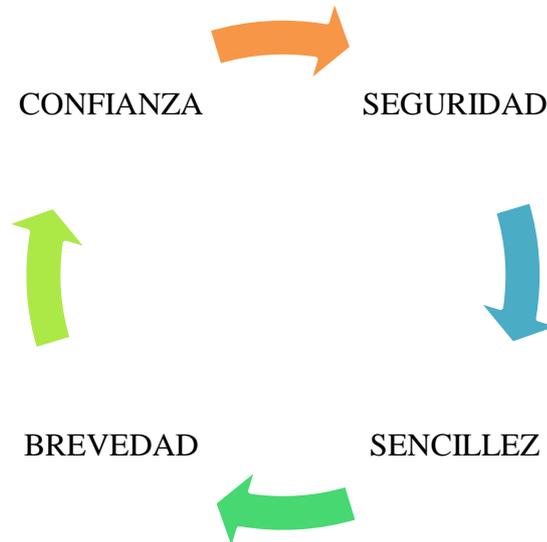
Es aquella que demuestra autoridad con un cliente.

Fuente: Propia

Elaborado por: Las Investigadoras

1.6.1.2 Elementos de la Comunicación verbal

Grafico 30:
ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN VERBAL



Fuente: Propia

Elaborado por: Las Investigadoras

❖ *Confianza*

Es la capacidad de tolerar adversidades o cosas molestas, con fortaleza y madurez sin quejarse ni rebelarse.

❖ *Seguridad*

Es aquella sensación que permite mantener una confianza total hacia alguien o algo.

❖ *Sencillez*

La palabra sencillez hace mención a una cualidad del ser humano que tiene que ver con el interés por las cosas, las sensaciones y las situaciones simples.

❖ *Brevedad*

Es una corta expansión o permanencia de un acto, hecho o acontecimiento que esta por suceder, aplicando palabras exactas ante cualquier suceso a realizarse.

1.6.1.3 Ventajas de la Comunicación verbal

Las ventajas de la comunicación oral son muy importantes porque permiten interactuar con el medio que nos rodea, a continuación se detalla las más relevantes

- ❖ Permite obtener respuestas inmediatas al mensaje dado a otras personas.
- ❖ Todo ser humano lo puede realizar, salvo problemas o defectos físicos.
- ❖ Permite identificar o distinguir a las personas aun cuando no la estamos viendo.

1.6.2 Comunicación no Verbal

Es aquella que se denomina lenguaje corporal, ya que la comunicación es a partir de los gestos que expresa emociones y sentimientos.

Los mensajes no verbales cumplen varias funciones

- ❖ Reemplaza palabras
- ❖ Repite lo que se dice ejemplo (Un adiós con palabras y un adiós con la mano)

1.7 Tipología De Clientes

En una Institución es importante conocer sobre la existencia de los tipos de clientes ya que cada institución tiene como propósito satisfacer las necesidades de cada uno ellos cabe mencionar que cada entidad debe tener en cuenta con quien está tratando ya que esto conllevará a cumplir las expectativas de los mismo.

El carácter es la actitud del ser humano que ayuda diferenciar a una persona de la otra, es muy difícil que las personas tengan idénticos temperamentos. El temperamento es el conjunto de mecanismos mentales, estímulos internos e impulsos, que son los que influyen directamente en la línea de conducta. Se

puede apreciar varios tipos de clientes como son los grupos sobresalientes y fáciles de identificar lo cual permite tratarles como ellos desean que sean tratados.

Grafico 31:
TIPOS DE CLIENTES



El cliente discudidor

Este tipo de cliente por lo general actuan de forma agresiva o porque seguramente no estan de acuerdo con las cosas que digamos.

Caracteristicas: tajante, firme

Como tratarlo: Hablar suavemente, Solicitarle su opinión, Tener mucha paciencia



El cliente enojado

Este tipo de cliente es una persona que por lo general actua con enojo y disgusto por las cosas que se mencionen al momento de ser atendido.

Caracteristicas: Mal humor

Como tratarlo: No ponerse a la defensiva, Calmar el enojo, Buscar una solución



El cliente conversador

Este tipo de cliente es quel que ocupa mucho de nuestro tiempo ya que deciden contar anectotas o cosas que no son utiles para quien lo esta atendiendo.

Caracteristicas: amistoso, cordial, hablador

Como tratarlo: Mostrar poca paciencia, tratar de evadirle los temas de conversacion



El cliente exigente

Es aquel cliente que interrumpe y pide atención inmediata ya que son personas muy inseguras razón por la cual piensan tener el control de todas las cosa.

Caracteristicas: Impaciente

Como tratarlo: tratarlos con respeto, no consentir sus demandas.

1.8 Pasos para una excelente atención al cliente

Para brindar una excelente atención al cliente debemos tener en cuenta los siguientes puntos.

- 1** **Mostrar atención:** Para que una institución salga a flote lo primero a realizarse es demostrar amabilidad, cortesía al cliente ya que es la parte primordial de la empresa
- 2** **Presentacion Adecuada:** se debe tener en cuenta que el cliente es muy observador ante cualquier detalle, es por ello que no debemos descuidar nuestra imagen personal ya que es la carta de presentación.
- 3** **Atencion Personal y Amable:** el cliente es una publicidad muy importante, ya que al ser atendido de forma cordial esto ayuda a que exprese al resto de personas como fue recibido y atrayendo más clientes a la empresa

Gráfico 32:

EXCELENTE ATENCIÓN AL CLIENTE



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

1.9 Como evitar reclamos del Cliente

Para evitar reclamos de nuestros clientes debemos tener en cuenta los siguientes pasos:

❖ *Escuchar atentamente*

Debemos dejar que el cliente se a conocer su punto de vista y sus motivos que le inducen a la queja

Gráfico 33:
ESCUCHAR ATENTAMENTE



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

❖ *Respetar la opinión del Cliente*

Anotar en una agenda todos los datos aportados por el cliente, mostrando interés de sus puntos de vista.

Gráfico 34:
RESPETAR LA OPINIÓN DEL CLIENTE



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

❖ *Comprometerse*

Si un reclamo tiene solución, comprometerse con el cliente indicándole forma y fecha en el que se solucionará el problema

Grafico 35:
COMPROMETERSE



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

❖ *Control*

Realizar un seguimiento oportuno para que se solucione el reclamo, en caso de no ser las personas directas en resolverlo.

Gráfico 36:
CONTROL



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

2 *Valores Humanos*

2.1 *Definición de Valores Humanos*

Los valores humanos son el conjunto de características que poseer una persona o una organización, los cuales determinan el comportamiento con otros individuos y el medio que los rodea.

2.2 *Importancia de los Valores Humanos*

Los valores humanos son importantes en la vida de las personas, ya que orienta a la realización de toda actividad humana puesto que no se pueden modificar las actitudes y dejar intacto los valores humanos, porque los cambios no serán duraderos es por ello que las actitudes y los valores humanos deben ir juntos.

2.3 *Valores Humanos que deben aplicarse en atención al cliente*

a) *Respeto*

El Cliente necesita ser respetado al momento de acudir por el servicio ya que esto permite el reconocimiento y la aceptación de la sociedad que nos rodea sin distinción de creencias, pensamientos o etnia.

Gráfico 37:

RESPECTO



Fuente: Centro de Salud
Elaborado por: Las Investigadoras

b) Apoyo

El Cliente necesita ser escuchado para que de esta manera se sienta apoyado por el personal que conforma una Empresa o Institución, ya que esto ayudará que la estancia del usuario se transforme en una espera agradable.

Gráfico 38

APOYO



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

c) Actitud positiva

El personal que labora en una Institución debe presentarse por lo general con una actitud positiva, es decir estar ansioso por brindar atención a toda la población resolviendo de esta manera cada una de sus necesidades primordiales.

Gráfico 39:

ACTITUD POSITIVA



Fuente: Internet
Elaborado por: Los Investigadores

d) *Empatía*

El personal que labora en una empresa o Institución debe tratar a todos los clientes con una atención afectiva sin importar su color de piel o etnia ya que esto ayudará a que se sientan comprendidos y por ende contentos.

Gráfico 40:
EMPATÍA



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

e) *Confiabilidad*

El cliente necesita poder confiar en que el trato a recibir será apto a lo que busca, es decir, un trato consiente y amable.

Gráfico 41:
CONFIABILIDAD

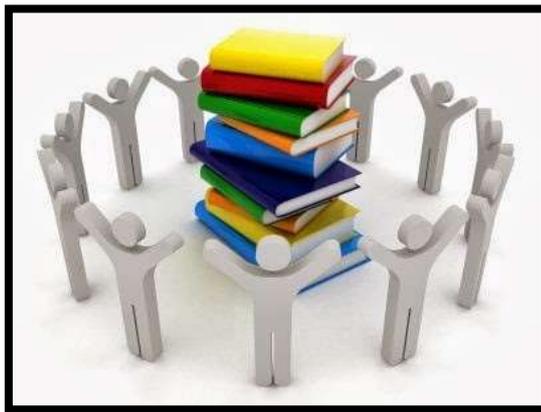


Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

f) Aprender

Siempre se tiene que estar dispuesto a seguir aprendiendo, una educación continua se lo realiza con la convivencia diaria con el cliente, esto ayudará a desempeñarse con excelencia en el ámbito laboral.

Gráfico 42:
APRENDER

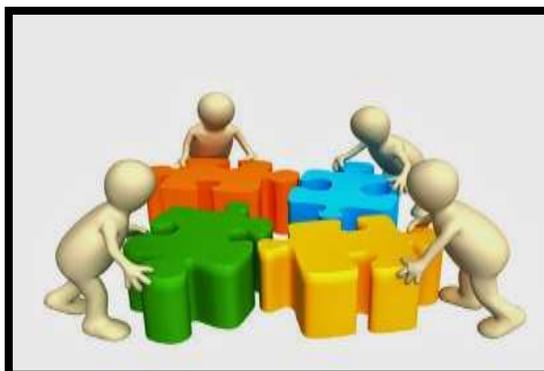


Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

g) Cooperación

Es la base primordial para formar equipos con el personal que conforma una empresa tales como empleados y clientes, la cooperación mutua ayuda a conseguir grandes logros y objetivos.

Gráfico 43:
COOPERACIÓN



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

h) Cortesía

Es la demostración de la buena educación, al manifestar atención, respeto o afecto hacia otras personas que acuden por un servicio a una Institución.

Gráfico 44:
CORTESÍA



Fuente: Internet
Elaborado por: Las investigadoras

i) Entrega

Hay que tener pasión sana, por lo que se hace diariamente en el trabajo ya que se lo realiza por vocación mas no por interés económico, poniendo mucha atención, interés y esfuerzo.

Gráfico 45:
ENTREGA



Fuente: Internet
Elaborado por: Las Investigadoras

3 Relaciones Humanas

3.1 Definición de Relaciones Humanas

Es el conjunto de interacciones que se da entre los individuos de una sociedad basada principalmente en los vínculos existentes entre los miembros de una comunidad para mantener un ambiente agradable de convivencia humana.

3.2 Importancia de las Relaciones Humanas

Las relaciones humanas juegan un papel indispensable en el desarrollo integral del ser humano, mediante ello el individuo obtiene importantes logros que favorecen al progreso personal, caracterizándolo de esta manera un ser indispensable para la sociedad.

3.3 Claves para conseguir unas buenas relaciones humanas

❖ Mostrar un interés genuino

La comunicación es una vía que nos permite hablar pero también saber escuchar a las demás personas, para poder crear amistades con el medio que nos rodea. Las personas con buenas habilidades de comunicación logran generar un ambiente agradable sea este de trabajo o estudio simplemente en la vida cotidiana.

❖ Ser positivo

Esto ayuda a que seamos personas atractivas a las cosas positivas en cada una de las actividades que realizamos en el ámbito laboral, caracterizándonos por ser responsables y comprometidas en nuestro trabajo.

❖ Ser una persona amistosa

La intercomunicación entre dos personas se logra con una mirada amistosa y una sonrisa agradable, esto ayuda a construir grandes amistades, para el logro sistematizado de un entorno agradable entre el medio que nos rodea.

❖ *Animar a los demás*

Es una habilidad de comunicación que ayuda a animar a los demás a que alcance lo que se proponen, es importante alentar con palabras de ánimo orientarles a seguir adelante con sus metas y expectativas poniendo en práctica cada uno de sus talentos.

4. CONCLUSIONES

- ❖ Mediante la investigación efectuada con el tema planteado se analizó la gran importancia que se debe enfocar al momento de brindar un servicio a la población indígena y negra en Centro de Salud Latacunga.
- ❖ El diseño y elaboración de la Guía de Atención al Cliente tiene una amplia relación con cada una de las actividades que desempeñan los miembros que conforman el Centro de Salud, cada uno de los contenidos que presenta la Guía contienen elementos esenciales y primordiales para que las relaciones interpersonales mejoren, tanto con el personal interno y paciente.
- ❖ Los contenidos serán expuestos mediante charlas o exposiciones a cada uno de los profesionales que laboran en el Centro de Salud para que de esta manera puedan cumplir con su misión y visión con las que se caracterizan

5. RECOMENDACIONES

- ❖ Es recomendable conocer la definición de atención al cliente para que de esta manera el personal que labora en el centro de salud pueda ofrecer un buen servicio a la población indígena y negra que acude por una asistencia médica de calidad.
- ❖ Realizar periódicamente diagnósticos que permitan conocer las falencias existentes en el servicio que brinda el personal que labora en el Centro de Salud Latacunga hacia la población antes mencionado con el propósito de disminuir el grado de problemas.
- ❖ Por tal virtud las investigadoras sugieren que en el Centro de Salud de Latacunga se implemente un Guía de Atención al cliente enfocado en los valores humanos con el objetivo de mejorar la atención y servicio al cliente, la misma que ha tenido una gran aceptación por parte de los miembros que conforman dicha institución

6 BIBLIOGRAFÍA

6.1 Bibliografía Citada

CARCAMO, Mario. 1968. Las Relaciones Humanas y la Administración Personal. Santiago de Chile: Andrés Bello, pág. 20.

SORIA, Murillo. 1982. Relaciones Humanas. Mexico: Limusa, pág. 38.

AMADO, Mahtar. 1999 La Pluriculturalidad. Paris: Editorial Unesco, pág. 7

MALL, Claudio. 1996. Pensamiento Indigenista del Ecuador. Ecuador: Banco Central del Ecuador, pág. 15

COELLAR, Juan Carlos. 2012. La Tendencia. Activa Diseño Editorial, pág. 104

BRAVO, Nina. 1998. Valores Humanos. Santiago de Chile: RIL Editores, pág. 7.

BARROSO, Pablo 1995. Estrategias Innovadoras de la Ética. Madrid España. Visión Libros Editorial, pág. 65

AGUILAR, Siliceo. 1997. Ciencia y Educación. México: Lumisa, pág. 25.

SERNA, Humberto, 1999. Servicio al Cliente. 3R Editores, pág. 22

RAPAHMELL, Jhon 1977. La Conciencia y la Creatividad. California: Ross Books, pág. 65

ZEITHAML, Valarie. 1954. Servicio de Calidad. New York, pág. 44

6.2 Bibliografía Consultada

DALTON, Marie, Dawn G. Hoyle, Marie W. Watts: Relaciones humanas, 2007.

ANDREW Brown. Gestión de la Atención al Cliente, 1992.

FRIGERMAN, Gregorio. Relaciones Humanas. 12 Edición, 1980.

IBARRA, Alicia. Los Indígenas y el Estado del Ecuador. Ediciones Abya Yala 1992.

KRAINER, Anita. Interculturalidad Un acercamiento desde la investigación. Primera Edición, 2012.

ARAYA, Carlos. Historia de América e la perspectiva Latinoamericana, Editorial Universidad Estatal a Distancia, 1988

DENTON, Keith. Calidad de Servicio. Edición Díaz de Santos S.A 1989

PAZ, Renata. Servicio al Cliente. Ideas Propias Editorial, 2005

GOLEMAN, Daniel. La nueva Ciencia de las Relaciones Humanas. Editorial Kairos, 2006.

MASTRANGELO, Fabiana. Valores Humanos. Editorial Dunken, 2014.

GARCIA, Aura. Ética y Valores II. Editorial S.A, 2010

6.3 Bibliografía Virtual

Ecuador Explore. [En línea] 10 de 08 de 2014. [Citado el: 20 de 08 de 2014.] <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/cultura-ecuatoriana.html>.

Historia de la Cultura Ecuatoriana. [En línea] 12 de Septiembre de 2014. [Citado el: 25 de Septiembre de 2014.] http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/historia-de-la-cultura-ecuatoriana--0/html/0027fcd4-82b2-11df-acc7-002185ce6064_21.html.

Grupos Etnicos . [En línea] 28 de Septiembre de 2014. [Citado el: 5 de Octubre de 2014.] <http://gruposetnicosdelecuadorute.blogspot.com/p/blog-page.html>.

Tradiciones y Costumbres del Ecuador. [En línea] [Citado el: 10 de Octubre de 2014.] <http://www.digilander.libero.it/ecuadorgenova/tradiciones.htm>.

Costumbres y Tradiciones del Euador . [En línea] 10 de Octubre de 2014. [Citado el: 20 de Octubre de 2014.] <http://www.digilander.libero.it/ecuadorgenova.com>

Anexos



ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA A: Las investigadoras

OBJETIVO: Conocer el grado de satisfacción que el cliente percibe al momento de ser atendido.

INSTRUCCIONES: Por favor sírvase leer detenidamente y responder apegado a la verdad de acuerdo a su quehacer y práctica diaria

PREGUNTAS	SI	NO
a. ¿El personal que laboran en las entidades públicas de salud son amables al momento de brindar atención a la población indígena y negra?		
b. ¿El personal mostró igualdad de servicio para todos los clientes?		
c. ¿El tiempo que espera el cliente para ser atendido es favorable?		
d. ¿El personal que labora en las entidades públicas de salud toma en cuenta las necesidades primordiales de la población indígena y negra?		
e. ¿El personal que atienden a los pacientes es una persona quichua hablante que puede dirigirse a la población indígena y negra para brindar un buen servicio?		



ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A: La población indígena y negra que acuden al Centro de salud del Cantón Latacunga.

OBJETIVO: Determinar la importancia de la aplicación de una guía de atención al cliente enfocados al buen servicio.

INSTRUCCIONES: Por favor sírvase leer detenidamente y responder apegado a la verdad de acuerdo a su quehacer y práctica diaria

1. ¿Qué opinión tiene usted de la calidad de servicio que brinda el Centro de salud hacia la población indígena y negra?

- | | |
|-----------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> |
| Muy bueno | <input type="checkbox"/> |
| Bueno | <input type="checkbox"/> |
| Regular | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Considera usted que el personal que labora en el Centro de salud, está preparado para brindar una atención de calidad a la población indígena y negra?

- | | |
|----|--------------------------|
| SI | <input type="checkbox"/> |
| NO | <input type="checkbox"/> |

3. ¿Considera usted que el personal que labora en el Centro de Salud deben recibir instrucciones que permitan mejorar la atención a la población indígena y negra?

SI

NO

4. ¿El Centro de Salud cuenta con instalaciones adecuadas y confortables que garanticen una buena atención al cliente?

SI

NO

5. El servicio recibido por parte del personal que labora en el Centro de Salud solucionó su requerimiento?

SI

NO

6. ¿Ha tenido usted alguna dificultad al momento de ser atendido por el personal que labora en el Centro de salud?

SI

NO

7. ¿Considera usted que se debería implementar una guía de atención al cliente enfocado a la buena atención hacia la población indígena y negra?

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Anexo 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA AL: Personal que labora en el Centro de Salud

Latacunga

OBJETIVO: Determinar la calidad de atención al cliente que ofrece el personal del Centro de Salud a la población indígena y negra.

INSTRUCCIONES: Por favor sírvase leer detenidamente y responder apegado a la verdad de acuerdo a su quehacer y práctica diaria

1. ¿Conoce usted lo que es atención al cliente?

Si
No

2. Cuando un paciente de etnia indígena o negra ingresa al Centro de salud sucede:

d) Saluda cortésmente
e) Espera que lo saluden
f) Es indiferente con la persona que ingresa

3. ¿Como atiende usted a la población indígena y negra?

Exelente
Muybuena
Bueno
Regural

4. ¿Considera usted que el paciente indígena y negro es primordial en una institución de Salud?

Si
No

5. ¿Ha tenido usted preferencia de pacientes al momento de brindar su servicio?

Si

No

6. ¿Considera usted que los valores humananos es parte esencial para una buena atencion a la poblacion indigena y negra?

Si

No

7. ¿Se considera usted una persona quichuahablante para atender a la pobalcion indigena y negra?

Si

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4

Centro de Salud Latacunga

