



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA: LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

TESIS DE GRADO

TÍTULO:

**“MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LAS/LOS
SECRETARIAS/OS DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO
SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY” DEL CANTÓN
LATACUNGA”**

Tesis de Grado previa a la obtención del Título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo Gerencial.

Autoras:

Chingo Yanchaguano Wilma Lorena

Caisaguano Lema Lourdes Cecilia

Director:

MSc. Nelly Patricia Mena Vargas

LATACUNGA-ECUADOR

NOVIEMBRE-2013

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LAS/LOS SECRETARIAS/OS DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY” DEL CANTÓN LATACUNGA”, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Chingo Yanchaguano Wilma Lorena

0503006942

Caisaguano Lema Lourdes Cecilia

0502990492

AVAL DE LA DIRECTORA DE TESIS

En calidad de Directora del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LAS/LOS SECRETARIAS/OS DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY” DEL CANTÓN LATACUNGA”, de Chingo Yanchaguano Wilma Lorena y Caisaguano Lema Lourdes Cecilia, egresadas de la Carrera de Secretariado Ejecutivo Gerencial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis, que el Honorable Consejo Académico de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 25 de Noviembre 2013



Lic. MSc. Nelly Patricia Mena Vargas

050157429-7

TUTORA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y HUMANÍSTICAS

Latacunga- Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de miembro 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 de Ciencias Administrativas y Humanísticas: por cuanto, las postulantes: Chingo Yanchaguano Wilma Lorena y Caisaguano Lema Lourdes Cecilia: con el título de tesis: “MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LAS/LOS SECRETARIAS/OS DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY” DEL CANTÓN LATACUNGA” PERIODO ACADÈMICO 2012-2013, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen 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, 25 de Noviembre 2013

Para constancia firma:

Ing. Francisca Zambrano

PRESIDENTE

Ing. Matius Mendoza

MIEMBRO

Ing. Alexandra Alajo

OPOSITORA

AGRADECIMIENTO

Nuestro más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de nuestra culminación. A nuestros padres quienes a lo largo de toda nuestra vida han apoyado y motivado la formación académica, creyeron en nosotras en todo momento y no dudaron de nuestras habilidades. A nuestros profesores que con su experiencia, conocimientos y entusiasmo contribuyeron al logro de nuestros objetivos, en especial a la Lic. Patricia Mena por guiarnos en el desarrollo de nuestro trabajo investigativo y por su paciencia. Finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad por darnos la oportunidad de prepararnos para un futuro competitivo y formarnos como personas de bien.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mis padres y mi novio. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba, sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Y a mi novio, Mi Naranjita, compañero inseparable de cada jornada quien representó gran esfuerzo y tesón en momentos de decline y cansancio. A todos ellos este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido culminar. Los amo.

Caisaguano Lema Lourdes Cecilia

Este trabajo es la recompensa de todo mi esfuerzo, empeño y dedicación lo dedico con mucho cariño y amor a Dios, a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza cada día para cumplir con uno de mis objetivos. A mis Padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mí y por haber confiado. Es por ello que soy lo que soy ahora. Por todo esto los quiero mucho.

Wilma Lorena Chingo Yanchaguano



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga-Ecuador

TEMA: “MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LAS/LOS SECRETARIAS/OS DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY” DEL CANTÓN LATACUNGA”

AUTORAS: Chingo Y. Wilma Lorena

Caisaguano L. Lourdes Cecilia

RESUMEN

El objetivo principal del presente trabajo investigativo se refiere a la elaboración de un “MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LAS/LOS SECRETARIAS/OS DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY” DEL CANTÓN LATACUNGA”, cuyo propósito radica en corregir y mejorar la Atención al Cliente.

El trabajo realizado tiene como objetivo, mejorar la atención a todos los clientes que requieren de los servicios de la Corporación tanto internas como externas, con el fin de optimizar la calidad de servicio al cliente. Para ello fueron encuestados veinte Clientes y cuatro del Personal Administrativo de diferentes funciones. Los datos que se obtuvieron se procesaron, analizaron y los resultados arrojados se convirtieron en la base fundamental para la elaboración de la propuesta.

Esta investigación tiene una relevancia social, por la necesidad de presentar un manual que servirá no solo a las personas inmersas en esta propuesta, si no que será

una guía a seguir por parte de los individuos que desean conocer más a fondo sobre una buena Atención al Cliente en la actualidad.

El presente documento es una herramienta innovadora que pretende motivar al Personal Administrativo de la Corporación, al cambio de actitud y aptitud a través de conocimientos teóricos orientados a mejorar el Servicio, que ayudara a fortalecer la buena imagen de la Institución.

Con este Manual de Atención al Cliente se desea ampliar la libertad de expresión y los conocimientos en atención al cliente en función de una buena comunicación entre el Personal Administrativo y el Cliente.

Es grato comprobar que se elabora un importante avance para contribuir con la sociedad y mejorar la calidad de servicio al cliente.



TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE AND HUMANISTIC SCIENCES

Latacunga – Ecuador

SUMMARY

The main objective of this research work concerning the elaboration of a "HANDBOOK OF CUSTOMER SERVICE FOR THE SECRETARIES OF THE CORPORATION'S SOCIAL AND FINANCIAL DEVELOPMENT "PAKARYMUY" OF THE LATACUNGA CANTON", whose purpose is to correct and improve customer service.

This work aims, improve attention to all customers who require the Corporation both internal and external services, in order to optimize the quality of customer service. So were surveyed twenty customers and four administrative staff of different functions. The data obtained is processed, analyzed and the results thrown became the Foundation for the development of the proposal.

This research has a social relevance, the need to present a handbook that will serve not only to people immersed in this proposal, if not that will be a guide to be followed by individuals wishing to learn more about a good customer today.

This document is an innovative tool that aims to motivate the staff of the Corporation, to the change of attitude and aptitude through theoretical knowledge aimed at improving the service, which will help to strengthen the good image of the institution.

This manual caution the customer you wish to expand freedom of expression and knowledge in customer service based on good communication between staff and the customer. It is gratifying to verify that a breakthrough has been developed to contribute to society and improve the quality of service to the customer.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

Latacunga-Ecuador

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, LIC. MAYRA CLEMENCIA NOROÑA HEREDIA, con cédula de identidad N° 050195547-0, CERTIFICO que he realizado la respectiva revisión del ABSTRACT, CON EL TEMA “**MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LAS/LOS SECRETARIAS/OS DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY” DEL CANTÓN LATACUNGA**”, a cargo de la asesora **MSC. NELLY PATRICIA MENA VARGAS**, cuyas autoras son, Srtas. **Chingo Yanchaguano Wilma Lorena** y **Caisaguano Lema Lourdes Cecilia**.

Latacunga, 28 de Mayo 2013

Docente:

LIC. MAYRA CLEMENCIA NOROÑA HEREDIA

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS	PAG.
Portada.....	i
Autoría.....	ii
Aval de la directora de tesis.....	iii
Aprobación del tribunal de grado.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Resumen.....	viii
Summary.....	ix
Aval de traducción.....	x
Índice general.....	xi
Capítulo I.....	xi
Capítulo II.....	xii
Capítulo III.....	xiii
Índice de cuadros.....	xiii
Índice de tablas.....	xiv
Índice de gráficos.....	xiv
Índice de organigrama.....	xv
Índice de anexos.....	xv
Introducción.....	xvi

CAPÍTULO I

1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1 Antecedentes Históricos del Cooperativismo en el Ecuador.....	1
1.1.1 Antecedentes del Sistema Cooperativo de Ahorro y Crédito.....	3
1.2 Categorías Fundamentales.....	5
1.3 Marco Teórico.....	6
1.3.1 Administración.....	6
1.3.1.1 Importancia de la Administración.....	6
1.3.1.2 Elementos de la Administración.....	7
1.3.1.3 Objetivos de la Administración.....	8
1.3.1.4 Características de la Administración.....	9

1.3.2 Relaciones Humanas.....	10
1.3.2.1 Que permite la Relaciones Humana.....	10
1.3.2.2 Condiciones de las Relaciones Humanas.....	10
1.3.2.3 Factores que Intervienen en las Relaciones Humanas.....	11
1.3.2.4 Factores Negativos que Impiden las Relaciones Humana.....	12
1.3.2.5 Mandamiento de las Relaciones Humanas.....	13
1.3.3 Relaciones Públicas.....	13
1.3.3.1 Importancia de las Relaciones Públicas.....	14
1.3.3.2 Funciones de las Relaciones Públicas.....	14
1.3.3.3 Para qué sirve las Relaciones Públicas.....	15
1.3.3.4 Objetivo de las Relaciones Públicas.....	15
1.3.4 Servicio al Cliente.....	16
1.3.4.1 Importancia del Servicio al Cliente.....	16
1.3.4.2 Elementos del Servicio al Cliente.....	17
1.3.4.3 Estrategia del Servicio al Cliente.....	17
1.3.4.4 Características del Servicio.....	18
1.3.5 Cliente.....	19
1.3.5.1 La importancia del Cliente.....	19
1.3.5.2 Tipos de Clientes.....	20

CAPÍTULO II

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
2.1. Características de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”.....	23
2.1.1 Misión.....	24
2.1.2 Visión.....	24
2.1.3 ¿Qué es PAKARYMUY?.....	25
2.1.4 Organigrama estructural de la Corporación.....	25
2.2 Análisis FODA.....	27
2.3 Diseño Metodológico.....	28
2.3.1 Tipo de Investigación.....	28
2.3.2 Metodología.....	28
2.3.3 Unidad de Estudio.....	29
2.3.4 Métodos Teóricos.....	29
2.3.5 Técnica.....	30

2.4 Análisis e Interpretación de Resultados.....	31
2.5 Comprobación de las Preguntas Directrices.....	51
2.6 Conclusión del Diagnostico.....	52

CAPÍTULO III

3. DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	54
3.1 Datos Informativos.....	54
3.2 Antecedentes.....	55
3.3 Justificación.....	56
3.4 Objetivos.....	57
3.4.1 Objetivos General.....	57
3.4.2 Objetivos Específicos.....	57
3.5 Desarrollo de la Propuesta.....	59
3.5.1 Manual de atención al cliente.....	60
3.5.1 Índice del Manual de Atención al Cliente.....	61
3.5.2 Presentación.....	62
3.5.3 Misión.....	62
3.5.4 Visión.....	62
3.5.4 Glosario de Términos.....	86
3.5.5 Conclusiones.....	89
3.5.6 Recomendaciones.....	90
3.6 Bibliografías.....	91
Anexo.....	93

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	CONTENIDOS	PAG.
CUADRO N° 1	Categorías Fundamentales.....	5
CUADRO N° 2	Análisis FODA Atención al Cliente.....	27
CUADRO N° 3	Unidad de Estudio.....	29

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Manual de Atención al Cliente.....	31
TABLA N° 2 Nivel de Estudio.....	32
TABLA N° 3 Desempeño Laboral.....	33
TABLA N° 4 Capacitación Continua.....	34
TABLA N° 5 Importancia de la Elaboración de un Manual.....	35
TABLA N° 6 Mejoraría la Atención un Manual.....	36
TABLA N° 7 Conocimientos en Atención al Cliente.....	37
TABLA N° 8 El cliente es Importante para la Institución.....	38
TABLA N° 9 Productos o Servicios que Ofrece la Institución.....	39
TABLA N° 10 El trato al Cliente cuando requiere del Servicio.....	40
TABLA N° 11 El trato que recibe por el Personal Administrativo.....	41
TABLA N° 12 El personal de la Corporación está Capacitado	42
TABLA N° 13 El personal presta un adecuado servicio a los clientes.....	43
TABLA N° 14 La Secretaria practica buenas Relaciones Humanas.....	44
TABLA N° 15 Adquirió la información que Solicitaba.....	45
TABLA N° 16 Considera que el Personal Administrativo debe ser evaluado.....	46
TABLA N° 17 Está satisfecho con el servicio que proporciona el P. A.....	47
TABLA N° 18 Como Califica la atención que brinda la Secretaria.....	48
TABLA N° 19 Que tiempo considera que debe ser Atendido.....	49
TABLA N° 20 La Elaboración de un Manual permitirá mejorar el desempeño laboral.....	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO N° 1 Manual de Atención al Cliente.....	36
GRAFICO N° 2 Nivel de Estudio.....	37
GRAFICO N° 3 Desempeño Laboral.....	38
GRAFICO N° 4 Capacitación Continua.....	39
GRAFICO N° 5 Importancia de la Elaboración de un Manual.....	40
GRAFICO N° 6 Mejoraría la Atención un Manual.....	41
GRAFICO N° 7 Conocimientos en Atención al Cliente.....	42
GRAFICO N° 8 El cliente es Importante para la Institución.....	43
GRAFICO N° 9 Productos o Servicios que Ofrece la Institución.....	44
GRAFICO N° 10 El trato al Cliente cuando requiere del Servicio.....	45
GRAFICO N° 11 El trato que recibe por el Personal Administrativo.....	46
GRAFICO N° 12 El personal de la Corporación está Capacitado.....	47
GRAFICO N° 13 El personal presta un adecuado servicio a los clientes.....	48
GRAFICO N° 14 La Secretaria practica buenas Relaciones Humanas.....	49

GRAFICO N° 15 Adquirió la información que Solicitaba.....	50
GRAFICO N° 16 Considera que el Personal Administrativo debe ser evaluado.....	51
GRAFICO N° 17 Está satisfecho con el servicio que proporciona el P. A.....	52
GRAFICO N° 18 Como Califica la atención que brinda la Secretaria.....	53
GRAFICO N° 19 Que tiempo considera que debe ser Atendido.....	54
GRAFICO N° 20 La Elaboración de un Manual permitirá mejorar el desempeño laboral.....	55
GRAFICO N° 21 Manual de Atención al Cliente.....	63
GRAFICO N° 22 Atención al Cliente.....	65
GRAFICO N° 23 Relaciones Humanas.....	37

ÍNDICE DE ORGANIGRAMA

ORGANIGRAMA N° 1 Organigrama Estructural.....	26
---	----

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Encuesta Dirigida al Personal Administrativo.....	94
ANEXO N° 2 Encuesta Dirigida a los Clientes de la Corporación.....	97
ANEXO N° 3 Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”.....	100
ANEXO N° 4 Gerente General.....	100
ANEXO N° 5 Secretaria de la Corporación.....	101
ANEXO N° 6 Las Postulantes.....	101

INTRODUCCIÓN

El servicio de atención al cliente es vital para cualquier empresa que pretenda hacerse exitosa dentro del mercado competitivo, cada cliente es distinto pero todos convergen en el hecho de que tienen distintas necesidades informativas y distintos requerimientos que deben ser atendidos, es por esto que se debe utilizar estrategias adecuadas que permitan poner en práctica los objetivos propuestos, como es la elaboración de un Manual de Atención al Cliente para las/los Secretarias/os de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” del Cantón Latacunga.

Las postulantes en calidad de investigadoras, apoyaran a la Secretaria al mejoramiento del buen servicio de atención al cliente, a impulsar y entregar lo mejor de cada una, para el adelanto institucional, razón por la cual, consideran pertinente realizar el Manual de Atención al Cliente, ya que con esta investigación ayudará al Personal Administrativo que laboran en la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”.

En el campo Institucional, en atención al cliente existen defectos que impiden el correcto desenvolvimiento de la buena atención al cliente.

La principal ventaja que motiva esta investigación es concientizar al Personal Administrativo que labora en la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”, sobre la importancia de estar actualizados, así como también tener buenas relaciones humanas con todas las personas que requieran de los servicios eficaces.

Además las postulantes cuentan con el apoyo incondicional del Personal Administrativo de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero

“PAKARYMUY” del Cantón Latacunga lo que hará posible la realización de la propuesta. En el entorno socio laboral, el aporte práctico de la investigación tiene que ser solventada con capacidad y compromiso, por eso las autoras consideran que la investigación ayudará directa e indirectamente al sector Institucional como fuente de consulta para poder dar la mejor atención al cliente.

Por otro lado, este trabajo de investigación, contribuyera también en el nivel educativo, como apoyo al estudiantado a realizarlos trabajos de consulta de esta índole, y llegar con este conocimiento a la mayor parte de personas que se dedican a esta carrera. Consideran las postulantes que este trabajo de investigación es interesante, porque es la primera propuesta para la elaboración de un Manual de atención al cliente, mismo que facilitara a los usuarios a una mejor atención al cliente que ingresa en la Institución.

La investigación cuenta con tres capítulos.

En el Capítulo I costará las categorías Fundamentales, que constituyen el Marco Teórico en el que se sustenta la investigación; luego en el Capítulo II constará el Análisis e Interpretación de los resultados de la investigación, los cuales estarán representados por gráficos y tablas. Por último en el Capítulo III se presentará y desarrollará la Propuesta que se refiere a la elaboración de un Manual de Atención al Cliente para las/los Secretarías/os de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” del Cantón Latacunga. Con el presente documento se pretende llegar a todas las personas para que brinden un mejor servicio al cliente.

CAPÍTULO I

I. FUNDAMENTACIÓN TEORICA

1.1 Antecedentes Históricos del Cooperativismo en el Ecuador

La cooperativa en el Ecuador tiene una larga tradición histórica porque ha poseído un factor importante para el desarrollo organizacional y cultural de su población. Las cooperativas están reconocidas y amparadas por el Estado; pues, según lo establecido en la Ley respectiva, se las define como: sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar o realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros.

En los últimos años, se han multiplicado a nivel local experiencias comunitarias que han rescatado y revalorizado dichas prácticas ancestrales de ayuda mutua, con la finalidad de propiciar la recuperación de la autoestima, la dignidad y la autonomía de los pueblos marginados, así como su participación activa en la sociedad. En los orígenes y consolidación del movimiento Cooperativo Ecuatoriano se pueden distinguir por lo menos tres etapas fundamentales.

La primera se inicia aproximadamente en la última década del siglo XIX cuando se crean, especialmente en Quito y Guayaquil, una serie de organizaciones artesanales y de ayuda mutua.

La segunda empieza a partir de 1937, año en el cual se dicta la primera ley de cooperativas con el propósito de dar mayor alcance organizativo a los movimientos campesinos, modernizando su estructura productiva y administrativa, mediante la utilización del modelo Cooperativista.

La tercera etapa comienza a mediados de los años sesenta con la expedición de la Ley de Reforma Agraria (en 1964) y de la nueva Ley de Cooperativas (en 1966), aún vigente.

Pero fue en la década del siglo XX, en donde las Cooperativas cobraron verdadera presencia en el ámbito nacional, puesto que el crecimiento de los depósitos pasó de un total de 5800 millones de dólares en diciembre del 2003 a 10500 millones de dólares en diciembre del 2006, lo cual representa un 21.73% anual de crecimiento, esto significa que las Cooperativas han alcanzado un mejor porcentaje de participación dentro del sistema financiero de nuestro país.

Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, fue discutido y aprobado en las siguientes fechas: PRIMER DEBATE: 05-abril-2011, SEGUNDO DEBATE: 13-abril-2011 Quito, 14 abril del 2011 Dr. Andrés Segovia S., Secretario General y fue ejecutada por todas las Cooperativas del Ecuador el 01 de enero del 2013.

1.1. 1. Antecedentes del Sistema Cooperativo de Ahorro y Crédito en el Ecuador

La primera caja de ahorro que se fundó en el país fue en la ciudad de Guayaquil, por obra de la sociedad de artesanos amantes del progreso, organización gremial constituida en 1879. Otras organizaciones mutualistas se constituyeron en años posteriores por obra de varios gremios como: la Asociación de Empleados del comercio (1903), la Sociedad de Sastres “Luz y Progreso Católico de Obras (1912), la Asociación de Jornaleros (1913), la Sociedad de Beneficencia” Hijos de Guano” (1913), la Unión Ecuatoriana de Obras (1977).

En su fase inicial, las Cooperativas de Ahorro y Crédito fueron integradas esencialmente por sectores sociales de escasos recursos económicos: obreros y pequeños artesanos. Dicha característica, presumiblemente, se mantuvo durante la primera mitad del siglo veinte.

Con el auge de los años sesenta y el enfoque de “ soporte al desarrollo rural “ que le dio la Alianza para el Progreso, las Cooperativas de Ahorro y Crédito que surgieron en esta década empezaron a ser integradas por campesinos y por ende ubicadas en áreas rurales. Posteriormente entre 1969 y 1971, los agricultores y trabajadores del agro aumentaron considerablemente al interior de la estructura asociativa de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, mientras que disminuyeron los artesanos y obreros; los oficinistas y comerciantes crecieron y se consolidó el grupo de los miembros del magisterio.

En las siguientes décadas, a pesar de los intentos gubernamentales y de instituciones internacionales, el cooperativismo de ahorro y crédito adquirió una orientación eminentemente urbana, agrupando a sectores sociales pertenecientes a la clase media y media alta.

Actualmente, y sobre todo gracias al impulso de varias ONG, el cooperativismo de ahorro y crédito ha vuelto a tener presencia e incidencia en el ámbito rural, operando a favor de grupos sociales necesitados y para solventar problemas comunes.

En el Ecuador las Cooperativas de Ahorro y Crédito alcanzaron una mejor posición en los mercados financieros frente a la inestabilidad y crisis del sistema bancario nacional del año de 1999, donde el cliente demostró su desconfianza en los bancos e incremento la crisis económica del país; frente a ello se hizo necesario el surgimiento de una alternativa que demuestre al cliente que existe opciones que permiten fomentar el ahorro y brindar créditos, y esto se logra a través del fomento del Sistema Cooperativismo de Ahorro y Crédito y de los principios de solidaridad y ayuda mutua, autogestión y control democrático.

En los últimos años las Cooperativas de Ahorro y Crédito reflejaron un incremento de los depósitos de 283 millones de dólares en el 2003 a 664 millones de dólares en el 2006, es decir casi un 40% anualizado, esto demuestra que las personas han incrementado la confianza en las Cooperativas más que en los Bancos.

Actualmente en el Ecuador las Cooperativas de Ahorro y Crédito ocupan el primer lugar (75. %), seguidas de las de servicio (14.6%), de producción (8.1%) y consumo (1.6%) en cuanto a Cooperativas se refiere. Lo que significa que el sector de mayor desarrollo y peso relativo en la economía nacional es indudablemente el de ahorro y crédito.

Cuadro N° 1

1.2 CATEGORIAS FUNDAMENTALES



Elaborado por: Las postulantes

1.3 MARCO TEORICO

1.3.1. ADMINISTRACIÓN

Definiciones

Según KOONTZ and O'DONNELL. Considera que “Administración” es: “La dirección de un organismo social, y su efectividad en alcanzar sus objetivos, fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes.” (1973, Pág. 16)

Para las postulantes administración es: Un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de recursos, como el esfuerzo humano coordinado para obtener la optimización de todos a través del proceso administrativo, a fin de lograr los objetivos constitucionales.

1.3.1.1 Importancia de la Administración

Se menciona algunos hechos de importancia:

- La administración no solamente nació con la humanidad sino que se extiende a la vez a todos los ámbitos geográficos y por su carácter Universal, se lo encuentra presente en todas partes. Y es que en el ámbito del esfuerzo humano existe siempre un lado administrativo de todo esfuerzo planeado.

- Donde exista un organismo social allí estará presente la administración.

- Sirve de mucho que en una empresa exista buenas instalaciones, el mejor equipo, la mejor ubicación, si todo lo anterior no va acompañado del elemento humano necesario para dirigir las actividades, o sea que la administración es importante para alcanzar objetivos de la organización.
- En las grandes empresas la administración científica o técnica es esencial ya que no podrían existir sin una buena administración.
- La administración es un proceso universal ya que no solo se da en los países capitalistas, sino que también en los países socialistas o de cualquier tipo que sean, la administración es importante tanto en las pequeñas como en las grandes empresas.
- Otro hecho importante es que por medio de la administración se puede elevar la productividad y los niveles de vida en los países en vías de desarrollo.
- La administración imparte efectividad a los esfuerzos humanos. Ayuda a obtener mejor personal, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas.
- Se mantiene al frente de las condiciones cambiantes y proporciona previsión y creatividad

1.3.1.2 Elementos de Administración

- **Objetivo:** la administración siempre está enfocada a lograr determinados fines o resultados.
- **Eficacia:** se refiere a lograr los objetivos satisfaciendo los requerimientos del producto o servicio en términos de cantidad y tiempo.

- **Eficiencia:** esto es hacer las cosas bien. Es lograr los objetivos garantizando los recursos disponibles al mínimo costo y con la máxima calidad.
- **Grupo social:** es necesario que exista un grupo social para que se de la administración.
- **Coordinación de recursos:** en la administración se requiere combinar, sistematizar y analizar los diferentes recursos que intervienen en el logro de un fin común.
- **Productividad:** es la relación entre la cantidad de insumos necesarios para producir un determinado bien o servicio. Es la obtención de los máximos resultados con el mínimo de recursos, en términos de eficiencia y eficacia.

1.3.1.3 Objetivos de la Administración

- Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social teniendo en cuenta:

Eficacia. Cuando la empresa alcanza sus metas.

Eficiencia. Cuando logra sus objetivos con el mínimo de sus recursos.

- Es permitirle a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios.

1.3.1.4 Características de la Administración:

Universalidad: La administración se da donde quiera que existe un organismo social (estado, ejército, empresas, iglesias, familia, etc.), porque en él tiene siempre que existir coordinación sistemática de medios.

Especificidad: La administración tiene sus propias características las cuales son inconfundibles con otras ciencias, aunque va acompañada siempre de ellas (funciones económicas, contables, productivas, mecánicas, jurídicas, etc.), son completamente distintas.

Unidad Temporal: Aunque se distingan etapas, fases y elementos del proceso administrativo, éste es único y, por lo mismo, en todo momento de la vida de una empresa se están dando, en mayor o menor grado, todos o la mayor parte de los elementos administrativos.

Unidad Jerárquica: Todos cuantos tienen carácter de jefes en un organismo social, participan en distintos grados y modalidades, de la misma administración. Así, en una empresa forman un solo cuerpo administrativo, desde el gerente general, hasta el último mayordomo". Respetándose siempre los niveles de autoridad que están establecidos dentro de la organización.

Valor Instrumental: La administración es un instrumento para llegar a un fin, ya que su finalidad es eminentemente práctica y mediante ésta se busca obtener resultados determinados previamente establecidos.

Flexibilidad: La administración se adapta a las necesidades particulares de cada organización.

1.3.2 RELACIONES HUMANAS

Para Jorge DEBRAVO autor del libro “Relaciones Humanas” el concepto de relaciones humanas es: Aquel en que no hay discrepancias entre las personas y que todo marcha perfectamente. El que esté bien puede ser un "clima artificial" de hipocresía y falsedad. (1922. Pág. 4 – 5 – 6).

Las postulantes manifiestan que las Relaciones Humanas es un contacto con otro ser humano respetando su cultura, normas, compartiendo y conviviendo como seres de un mismo género humano, es todo acto de comprensión, o de servicios, en un motivo de satisfacción para quien lo práctica.

1.3.2.1. Qué permiten las Relaciones Humanas

Permiten aumentar el nivel de entendimiento, a través de una comunicación eficaz y considerando las diferencias individuales. Disminuyen los conflictos usando en entendimiento y respeto de las diferencias y puntos de vistas de los otros reduciendo las divergencias y conflictos. Crean un ambiente armonioso con la comunicación, generando relaciones satisfactorias que permiten a cada individuo lograr la satisfacción de sus necesidades, alcanzar la realización y la felicidad.

1.3.2.2 Condiciones de las Relaciones Humanas

- **Apertura:** Ser conscientes de las diferencias entre los puntos de vista de los demás y los propios debido a su edad, sexo, educación, cultura, valores etc.
- **Sensibilidad:** Es la capacidad de entender el contenido lógico y emotivo de las ideas y opiniones de otros.

- **Sociabilidad:** Comprender y aceptar la naturaleza y estructura de la sociedad a la que pertenecen.
- **Respeto a Autoridad:** Reconocer y respetar la jerarquía de mandos, responsabilidad, autoridad, status de las personas en la organización de la que se forma parte y comprender el impacto que dicha jerarquía tiene sobre el comportamiento humano, incluido el de cada uno.
- **Adaptación:** Prever y aceptar las consecuencias de las medidas prácticas que toma la empresa ante determinadas situaciones.
- **Objetividad:** Comprender que mantener relaciones humanas no tiene nada que ver con la intención de hacer feliz a todos o endulzar la cruda realidad.

1.3.2.3 Factores que intervienen en las Relaciones Humanas

- **Respeto:** Aun cuando no se comparta un punto de vista, conviene considerar las creencias y sentimientos de los demás. Usted depende de los demás por lo que es importante respetar y hacerse respetar.
- **Comprensión:** Aceptar a los demás como personas, con sus limitaciones, necesidades individuales, derechos, características especiales y debilidades. La comprensión y la buena voluntad son la clave de las relaciones humanas.
- **Cooperación:** Es la llave del bienestar general. Trabajando todos por un mismo fin, se obtienen los mejores resultados y beneficios.
- **Comunicación:** Es el proceso mediante el cual se transmite y recibe datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción.

- **Cortesía:** Es el trato amable y cordial, facilita el entendimiento con los demás, permite trabajar juntos en armonía y lograr resultados.

1.3.2.4 Factores negativos que impiden las Relaciones Humanas en el contexto laboral

El ser humano vive en sociedad, de allí su requerimiento fundamental es el de disfrutar de relaciones humanas armónicas. En efecto, todo el mundo sabe muy bien de lo satisfactorio y placentero que es el contar con buenas relaciones humanas y de la tragedia que significa el de no tenerla.

- **No controlar las Emociones Desagradables:** Es cuando se muestra mal humor, odio, etc.
- **Agresión:** Cuando se ataca u se ofende con palabras, gestos o actitudes.
- **Fijación:** Negarse a aceptar los cambios, permaneciendo atados al pasado.
- **Terquedad:** Negarse a aceptar las opiniones ajenas y no aceptar las equivocaciones.
- **Represión:** Negarse a comunicar con los demás.
- **Aislamiento:** Apartarse o rechazar el trato con los demás por cualquier causa.
- **Fantasías:** Considerar que las ilusiones se realizaran solamente a través de medios mágicos, sin esfuerzo y sin contar con la colaboración de los demás.
- **Sentimiento de Superioridad o Inferioridad:** Sentirse mejor que los demás en cualquier aspecto.

1.3.2.5 Mandamientos de las Relaciones Humanas

- Dialogue con la persona amablemente, no hay nada tan agradable como una frase alegre al saludar.
- Sea cordial, hable y actúe como si todo lo que hiciera fuera un placer.
- Interésese verdaderamente en las personas, puede simpatizar con ellas y todo si se lo propone.
- Sea generoso para hacer resaltar las buenas cualidades y cuidadoso al criticar.
- Tenga consideración hacia los sentimientos de los demás, se lo agradecerán.
- Esté dispuesto a prestar servicio, lo que más cuenta en la vida.

1.3.3. RELACIONES PÚBLICAS

Lic. Natalia Martini es Editora del Primer Portal de Relaciones Públicas: Son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras. (1978 Pág. 1)

Las postulantes plantean que las Relaciones Públicas constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización, y ejecuta programas de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público.

1.3.3.1 Importancia de las Relaciones Públicas

Las Relaciones Públicas se definen como un esfuerzo planeado que realiza la organización para influir sobre las actitudes y opiniones de un grupo específico que pueden ser: clientes, accionistas, gobierno, proveedores entre otros.

- Las relaciones públicas constituyen un elemento clave como conjunto de herramientas de la mercadotecnia que ayudan a promover lo que se quiere vender con: seriedad, compromiso y atención.
- Es muy importante que las personas o el departamento encargado de las Relaciones Públicas dentro de una empresa mantengan la consistencia de la imagen de dicha organización y sobre todo mantener una excelente comunicación con su entorno.

1.3.3.2 Funciones de las Relaciones Públicas

Toda actividad de relaciones públicas tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones:

- **Gestión de las comunicaciones internas:** Es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.
- **Gestión de las comunicaciones externas:** Toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación.

- **Funciones humanísticas:** Resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
- **Análisis y comprensión de la opinión pública:** Es necesario manipular a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Es esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella.
- **Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas:** El trabajo de toda relación pública debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

1.3.3.3 ¿Para qué sirven las Relaciones Públicas?

- Crear conciencia y percepciones; difundir y responder a requerimientos específicos de información.
- Provocar actitudes y comportamientos para lograr apoyo, soporte, obtener entendimiento, conocimiento y neutralidad.
- Formar una reputación y generar resultados.

1.3.3.4 Objetivo

- Crear un espacio propicio y positivo que genera mejores oportunidades de negocio al posicionar correctamente a la entidad en la mente y el corazón de las Audiencias.

1.3.4. SERVICIO AL CLIENTE

Leroy M. BUCKNER del libro “Servicio al Cliente” es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. El servicio al cliente es una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada. (1983. Pág.7)

Las postulantes manifiestan que servicio al Cliente es un concepto de trabajo y una forma de hacer las cosas que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a diversas áreas de la propia empresa o fuera de ella, el servicio al cliente es una de las fortalezas para conseguir que la institución siga en adelante.

1.3.4.1 Importancia del Servicio al Cliente

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal.

Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, ya que significa que el cliente obtendrá a las finales menores costos de inventario.

Contingencias del servicio: el vendedor debe estar preparado para evitar que las huelgas y desastres naturales perjudiquen al cliente.

Todas las personas que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que afectan a éste el representante de ventas al llamarle por teléfono, la recepcionista en la puerta, el servicio técnico al llamar para instalar un nuevo equipo o servicio en la dependencias, y el personal de las ventas que finalmente, logra el pedido. Consciente

o inconsciente, el comprador siempre está evaluando la forma como la empresa hace negocios, cómo trata a los otros clientes y cómo esperaría que le trataran a él.

1.3.4.2 Elementos del Servicio al Cliente

- Contacto cara a cara.
- Relación con el cliente difícil.
- Contacto telefónico.
- Correspondencia.
- Reclamos y cumplidos.
- Instalaciones

1.3.4.3 Estrategia del Servicio al Cliente:

- **El liderazgo de la alta Gerencia es la base de la cadena.**

La calidad, además de ser definida por los clientes externos de la empresa, tiene que tomar en cuenta la propia visión empresarial que parte del seno de la organización. Por ello es importante que el clima interno fluya de manera satisfactoria para todos.

- **La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.**

Cómo pueden ser motivado el empleado, sino es con una entera satisfacción de sus propias necesidades, por ello ciertos motivadores, además de su remuneración tienen que ser puestos en marcha para conseguir satisfacción y el compromiso del personal.

➤ **La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.**

Si un empleado se halla perfectamente motivado como para elevar su responsabilidad y eficiencia, también es posible que ayude a elevar su propia productividad.

➤ **La lealtad de los empleados impulsa su productividad.**

Un empleado de la organización, puede brindarle mayor valor al servicio que presta a sus clientes, apoyándose en su responsabilidad y sobre todo en su propia motivación. Esta motivación será factible si el flujo de comunicación interna es dinámico y real dentro de la organización.

➤ **La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.**

El cliente se encontrará realmente satisfecho si el servicio que recibe tiene calidad y se puede considerar como el mejor.

El valor del servicio como tal se verá incrementado si el personal de la entidad que lo provea, utiliza en sus actividades las herramientas adecuadas.

➤ **El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.**

Si un cliente se encuentra realmente satisfecho con las oportunidades o servicios que le ofrece una organización, destinados a satisfacer las necesidades básicas de mejor atención al usuario por supuesto, éstos volverán a buscarlos.

1.3.4.4 Características del Servicio

➤ **Intangible:** no se puede tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra.

- **Inseparable:** se fabrica y se consume al mismo tiempo.
- **Variable:** depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.
- **Perecedero:** No se puede almacenar.

1.3.5. CLIENTE

Carlos, BARQUERO y HUERTAS Fernando, son editores del libro “Manual del Cliente” es el protagonista de la acción comercial. Da una buena respuesta a sus demandas y puede resolver cualquier tipo de sugerencia o propuesta es imprescindible, es por muchos motivos, la razón de existencia y garantía de futuro de la empresa. (2007, Pág. 1).

Las postulantes manifiestan que cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

1.3.5.1 La importancia del cliente

El cliente es un individuo con necesidades y preocupaciones, tomando en cuenta que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar, si una empresa quiere distinguirse por la calidad del servicio.

Principios para comprender la importancia que tiene el cliente dentro de la institución:

- Un cliente es una persona más importante en cualquier negocio.

- Un cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él.
- Un cliente no es una interrupción del trabajo. Es un objetivo.
- Un cliente hace un favor cuando llega. No le estamos haciendo un favor atendiéndolo.

1.3.5.2 Tipos de clientes

El Cliente Interno.- Es la persona que utiliza el servicio o adquiere el producto al interior de la empresa, es decir los empleados.

El Cliente Externo.- Es la persona que consume los productos que ofrecen, dentro de este grupo de clientes existen los siguientes tipos de clientes:

- **El Cliente Asesorado.**

Características: Siempre está en compañía de alguien, frecuentemente busca apoyo en el acompañante, cree en las razones de quien lo acompaña que en las del vendedor.

Forma de Tratarlo: Empiece por convencer al acompañante, analice las objeciones y supérelas con rapidez, nunca aislé al acompañante.

- **Cliente Curioso.**

Características: Le intrigan los aspectos especiales que presente el producto, Hace preguntas sorprendentes, revisa, investiga y observa minuciosamente.

Forma de Tratarlo: Resuelva en forma sencilla sus inquietudes, no se desconcierte y responda con respeto a sus preguntas, profundice en el aspecto más específico que haya llamado su atención.

➤ **Cliente Dominante.**

Características: Es de acciones rápidas, impaciente e interrumpe con frecuencia, discute continuamente, se cree superior a los demás.

Forma de Tratarlo: Escúchelo con paciencia y conserve la calma, no le discuta y mantenga el buen humor, no se deje impresionar.

➤ **El Cliente Irrespetuoso.**

Características: Manifiesta modales agresivos, gesticula continuamente y tiene un tono de voz airado, no admite razones.

Forma de Tratarlo: Mantenga la serenidad, no le conteste en tono airado, si siente que va a perder la calma, discúlpese con una frase amable y pida que lo reemplace.

➤ **El Cliente Extrovertido.**

Características: Habla incesantemente, le gusta contar historias, es confianzudo y habla de asuntos personales.

Forma de Tratarlo: Sea tolerante, pero guarde las distancias, no se involucre en sus asuntos personales, busque la manera de encausarlo hacia el interés de la venta.

➤ **El Cliente Reservado.**

Características: Es inexpresivo, su actitud silenciosa es desconcertante, es precavido y tiene dificultad de expresión.

Forma de Tratarlo: Gánese su confianza, hágale preguntas.

➤ **Cliente Gruñón.**

Características: Tiene enojo sin motivo aparente, influyen más los motivos emocionales que los racionales, está generalmente en actitud defensiva.

Forma de Tratarlo: Trate de encontrar el real motivo de su enojo, inicialmente coincida con él, pero finalmente de firmeza a sus argumentos, sea breve en su exposición.

CAPÍTULO II

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Caracterización de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”

En las últimas décadas el movimiento indígena a nivel de América Latina ha tenido un proceso de consolidación en lo que se refiere a su reivindicación social ante la sociedad, para ello el proceso organizativo ha sido el puntal.

En el Ecuador desde los años 90 los indígenas tomaron protagonismo en el que hacer del país, el acceso a la tierra, la educación bilingüe, salud indígena, la creación de instituciones públicas (CODENPE, FODEPI, DINEIB, DNSPI) han sido algunos de los logros conseguidos a través de grandes levantamientos.

En la provincia de Tungurahua, desde aproximadamente 10 años, los indígenas han entrado al manejo del sistema financiero Cooperativo, en la actualidad existen instituciones como; Corporación s, cajas comunales, cajas solidarias, que realmente han estado prestando sus servicios en forma directa a las comunidades y pueblos de la provincia.

Es así que un grupo de emprendedores de diferentes pueblos de la provincia crean La Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”. La corporación es una institución alternativa que saliendo de rutina de las instituciones cooperativistas que prestan los servicios de intermediación financiera, ha puesto en marcha una gama de servicios hacia sus asociados y miembros.

En el transcurso de estos cuatro años el crecimiento ha sido paulatino pero con mucha consistencia en sus objetivos y metas, se han creado fuente de trabajo (actualmente 45 personas colaboran directamente en la corporación), además, ha prestado sus servicios como; micro créditos, becas estudiantiles, caravanas médicas, apoyo a eventos culturales a la población, estos servicios han permitido a la población mantener la confianza para el crecimiento sostenido de la institución en el futuro mediático.

2.1.1 Misión

Brindar servicios financieros, sociales, culturales y medio ambientales, con el fin de contribuir al desarrollo con identidad sostenible y sustentable de la sociedad Ecuatoriana, en especial de la N/P.

2.1.2 Visión

Una Institución moderna, innovadora, sólida, productiva y autogestionaria que cuente con recursos humanos calificados y solvencia económica que brinde servicios de excelencia y calidad que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

2.1.3 ¿Qué es PAKARYMUY?

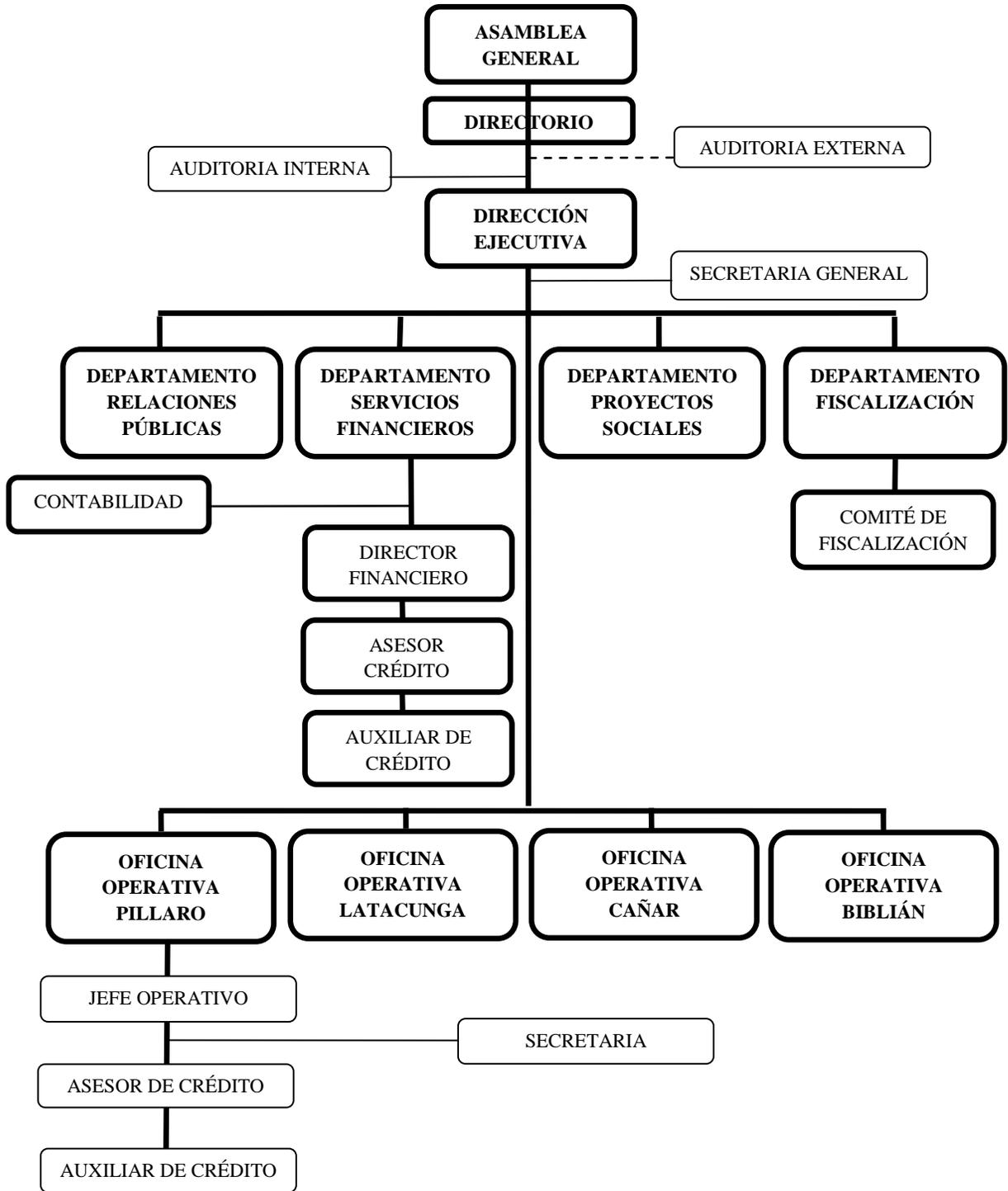
La Corporación es una entidad con personería jurídica, sin fines de lucro, conformada por miembros de los pueblos Kichwas de Tungurahua, sin acciones, que realiza diferentes actividades sea de tipo social, cultural y financiero.

2.1.4. El organigrama estructural de la Corporación de Desarrollo Social y financiero “PAKARYMUY”

El organigrama ayuda a mejorar la funcionalidad de las organizaciones, ya que mediante esto se puede tener una buena estructuración, el cual indica la línea de autoridad y responsabilidad, así como también los canales de comunicación y supervisión que acopla las diversas partes de un equipo organizacional.

Organigrama N° 1

2.1.4.1 Organigrama Estructural



Fuente: Corporación De Desarrollo Social Financiero
“PAKARYMUY”

A través del análisis FODA, se logró definir la situación actual de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”, con respecto al servicio que brinda el personal administrativo, permitiendo así obtener respuestas que proporcionara soluciones al problema planteado de acuerdo al objetivo propuesto.

En virtud del cual la Corporación “PAKARYMUY”, agencia Latacunga no dispone de un manual de atención al cliente, por el cual se estableció la necesidad de elaborar el manual para las secretarias con el fin de mejorar la calidad de servicio al cliente.

Cuadro N° 2

2.2. ANÁLISIS FODA

MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE

FORTALEZAS (+)	OPORTUNIDADES (+)
Solidez financiera	Mejor posicionamiento en el mercado
Contribución a una buena atención al cliente	Incremento de clientes frecuentes
Demanda por variedad de servicio	Aumento de clientes confiables
DEBILIDADES (-)	AMENAZA (-)
Servicio personal inadecuado	Pérdida de clientes
No existe un manual de atención al cliente	Reclamo de los cliente por servicio de calidad
Clientes insatisfechos	Disminución en consumo de servicio
Falta de actualización en conocimientos de acuerdo a cada área	Bajo conocimiento en servicio al cliente por parte del personal administrativo

Elaborado por: Las Postulantes

2.3. DISEÑO METODOLÓGICO

2.3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación desarrollado fue descriptivo. Ya que por medio del estudio y análisis se describió la realidad presente, en cuanto a los hechos, personas y situación.

El estudio descriptivo permitió a las investigadoras recolectar los datos importantes, sobre la base de una teoría, demostrando y resumiendo la información de manera cuidadosa y luego analizando minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que facilito la recaudación y análisis de datos sobre el ambiente interno de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”, esta información concreto la situación actual, definiendo las fortalezas y debilidades referente al servicio y atención, con este direccionamiento se fijó el interés sobre los puntos más relevantes, ya sea positivos o negativos, los mismos que dieron vía al progreso del Manual de Atención al Cliente que se propone modernizar para las secretarias y por ende el mejoramiento en atención sea de forma ágil.

2.3.2 METODOLOGÍA

Para llevar a cabo el proyecto fue necesario la aplicación de métodos y técnica, entre ellos el Inductivo-Deductivo, Analítico-Sintético de investigación y en la técnica se aplicó la encuesta.

2.3.3 UNIDAD DE ESTUDIO

Para realizar este trabajo se tomó en cuenta una parte de la muestra debido, que en la actualidad La Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”, está integrado por el personal administrativo (4) y clientes (20). Se clasifica de la siguiente manera:

Cuadro N° 3

UNIDAD DE ESTUDIO

CARGO	EMPLEADOS
JEFE OPERATIVO	1
ASISTENTES DE CRÉDITO	1
CAJERA	1
SECRETARIA	1
CLIENTES	20
TOTAL	24

Fuente: Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”

Elaborado por: Las postulantes

2.3.4. MÉTODOS TEÓRICOS

➤ **Inductivo-Deductivo**

En la presente investigación se llevó a cabo con los siguientes métodos inductivo y deductivo, por intermedio de estos permitió fundamentar la información, descubriendo la forma más adecuada, partiendo de lo general a lo particular y obteniendo conclusiones.

Para lo cual se señala que la aplicación de la investigación en su parte teórica se realizó de lo general a lo particular, en el planteamiento del problema, objetivos, categorías fundamentales, marco teórico y ejecución del trabajo de investigación empleando en todo momento dichos métodos.

➤ **Analítico-Sintético**

Mediante este método se analizó las causas por las cuales se debe llevar a cabo un Manual de Atención al Cliente para llegar a conclusiones y recomendaciones del problema planteado, alcanzando de esta manera la explicación de un fenómeno, iniciando su estudio por las partes más específicas que lo identifican los efectos y a partir de estas llegar a una explicación total del problema.

Las investigadoras consideraron utilizar fundamentalmente este método en lo que concierne a la parte práctica del trabajo de investigación, reflejando en el informe final.

2.3.5 TÉCNICA

➤ **Encuesta**

Es la técnica de adquisición de información, recopila datos de toda la población o de una parte representativa de ella, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado, dentro del cual no podrá ser distorsionado e incurrir en las respuestas.

Las postulantes utilizan esta técnica porque ayuda a obtener información necesaria y suficiente que proporciona beneficios para el desarrollo eficiente, efectivo, lo cual fue utilizada durante la parte práctica del informe, exclusivamente en la aplicación de los cuestionarios internos y externos de todas las personas involucradas en la investigación.

2.4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY”

Pregunta N° 1

¿Posee la Corporación un Manual de Atención al Cliente?

TABLA N°1

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°1



Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

El total del personal encuestado equivale al 100%, manifiestan que la corporación no posee un Manual de Atención al Cliente. Por lo que se toma en cuenta los datos de la encuestas y se considera crear el Manual de Atención al Cliente con temas de relevancia que permita dar mayor utilización a las secretarias/os, de esta manera permitirá proporcionar un trato más cordial, atento y fluido, evitando inconvenientes en su desempeño laboral donde el cliente se sienta seguro y satisfecho.

Pregunta N° 2

¿Qué nivel de estudio posee usted?

TABLA N°2

ITEMS	FRECUENCIA	%
Primaria	2	50%
Secundaria	2	50%
Superior	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°2



Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 50% manifiestan que el nivel de estudio que poseen es primario, el 50% manifiestan que poseen título secundario y ninguna de las personas encuestadas tiene otro nivel de preparación

De acuerdo al resultado de la encuesta el personal que labora en la Corporación tiene un cierto nivel de preparación. Se considera poseer el título Universitario o capacitar continuamente en temas que tenga mayor dificultad de desenvolvimiento para desarrollar eficazmente en su actividad laboral.

Pregunta N°3

¿Su desempeño laboral es de acuerdo a su perfil profesional?

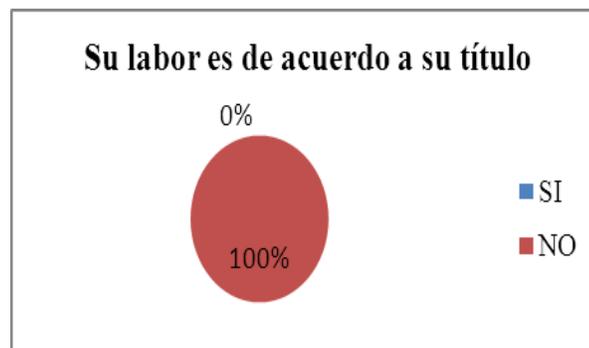
TABLA N°3

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°3



Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 100% manifiestan que el desempeño laboral en la Corporación no es de acuerdo a su título, por lo que su situación económica no permitió seguir con sus estudios.

Se considera que las actividades deben realizar de acuerdo a su perfil profesional, o a su experiencia laboral en cargos similares, lo cual permitirá desenvolverse de la mejor manera, demostrando eficiencia, eficacia y sobre todo mucha responsabilidad en sus labores encomendadas.

Pregunta N°4

¿Usted como personal administrativo se capacita continuamente?

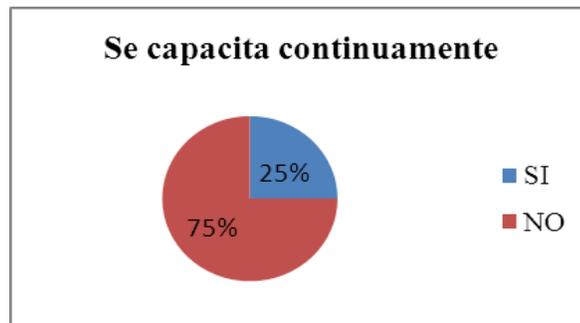
TABLA N°4

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	1	25%
NO	3	75%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°4



Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 75% manifiesta que no se capacitan continuamente por diferentes circunstancias, y el 25% del personal administrativo si se capacitan.

De acuerdo al nivel de resultados obtenidos el personal administrativo de la Corporación no se capacita continuamente, por lo que se recomienda cumplir y hacer cumplir a las leyes que ya se encuentran en ejecución con el fin de dar un buen servicio al cliente, obtener el bienestar de la Institución y atraer más clientes.

Pregunta N°5

¿Considera que sería importante la elaboración de un manual de atención al cliente?

TABLA N°5

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°5



Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del total del personal administrativo encuestado, el 100% manifiestan que es importante la elaboración de un manual de atención al cliente para la Corporación de Desarrollo Social y Financiero "PAKARYMUY.

En base a los resultados obtenidos se evidencia la importancia de la Elaboración del Manual de Atención al Cliente por lo que permitirá elevar el nivel de calidad de servicio y cumplir con los estándares establecidos en la nueva ley de cooperativas y requerimientos que establece la constitución.

Pregunta N°6

¿Cree que con la elaboración de un manual de atención al cliente mejoraría la atención al cliente?

TABLA N°6

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°6



Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del total del personal administrativo encuestado, el 100% manifiestan que la elaboración de un manual de atención al cliente permitirá mejorar el servicio.

Según la encuesta realizada se ha llegado a la conclusión que es muy importante elaborar un Manual de Atención al Cliente, para que de esta manera el personal de la Corporación "PAKARYMUY" vaya corrigiendo las falencias existentes con el propósito de tener una mayor aceptación, y sobre todo ofrecer una excelente calidad de atención al público.

Pregunta N°7

¿Posee conocimiento en atención al cliente?

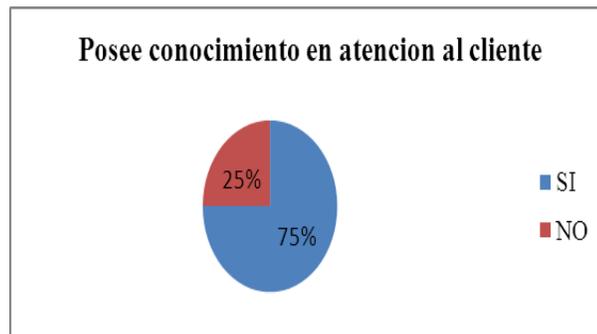
TABLA N°7

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°7



Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 75% consideran poseen conocimiento en atención al cliente y el 25% no poseen conocimiento en este importante tema.

El informe presentado en base a esta encuesta ha demostrado como resultado, que el Personal Administrativo tiene conocimientos en atención al cliente, pero se recomienda actuar de la mejor manera posible, buscar solución a los problemas existentes en el menor tiempo posible y lo más importante el cliente debe ser satisfecho.

Pregunta N°8

¿Considera que el cliente es importante para la Corporación?

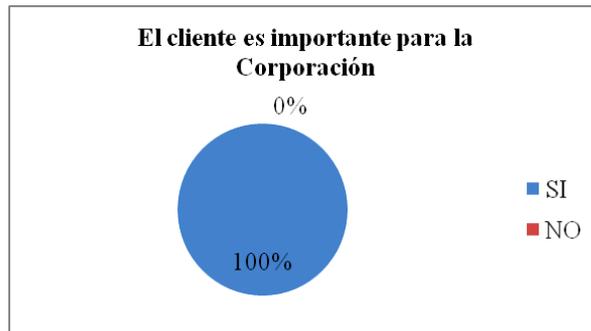
TABLA N°8

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°8



Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

De acuerdo al resultado obtenido, el 100% del personal encuestado consideran que el cliente es importante para la Corporación, por lo que sin ellos la institución no cumplirá con el objetivo planificado.

Argumentando así que el cliente es el pilar fundamental para el progreso de la Corporación “PAKARYMUY” y se considera brindar el 100% de calidad de servicio utilizando mayor información posible que permita la satisfacción del cliente.

Pregunta N°9

¿Usted informa a los socios sobre los productos o servicios que ofrece la Corporación?

TABLA N°9

ITEMS	FRECUENCIA	%
Siempre	3	75%
Rara vez	1	25%
Nunca	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°9



Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del total del personal administrativo encuestado, el 80% manifiestan que informan a los socios sobre los productos o servicios que ofrece la Corporación, mientras que el 20% manifiestan lo contrario.

Los clientes necesitan una información completa para conocer todo lo que ofrece la Corporación “PAKARYMUY”, en vista de aquello poder tomar decisiones correctas y elegir lo que crea conveniente, por ello es importante dar a conocer la información necesaria.

Pregunta N°10

¿Cómo debe ser el trato al cliente cuando requiere de su servicio?

TABLA N°10

ITEMS	FRECUENCIA	%
Muy Eficiente	4	100%
Eficiente	0	0%
Poco Eficiente	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°10



Fuente: Encuesta aplicada al personal administrativo de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del total del personal administrativo encuestado, el 100% manifiestan que el trato a los clientes debe ser muy eficiente y las otras opciones no fueron tomadas en cuenta por el cliente encuestado.

Según esta encuesta realizada el trato debe ser Muy Eficiente con el cliente de tal forma que la información debe ser clara, fácil de entender, palabras concretas. Si fuera necesario debe agregar un valor al servicio.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY”

Pregunta N°1

¿Cómo es el trato que usted recibe por parte del Personal Administrativo al momento de atenderle?

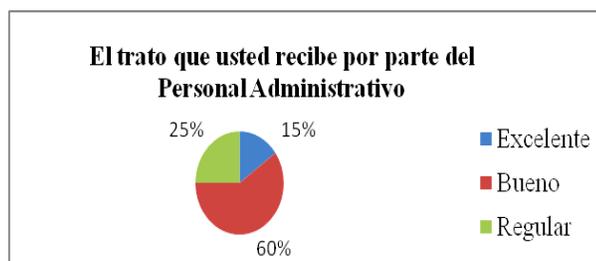
TABLA N°11

ITEMS	FRECUENCIA	%
Excelente	3	15%
Bueno	12	60%
Regular	5	25%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°11



Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de los socios encuestados; el 60% manifiestan que el trato que el cliente recibe por el personal administrativo es bueno, el 25% regular y el 15% excelente.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta se da a notar que el trato que el cliente recibe no es excelente, siendo este un punto de mucha importancia para mejorar la calidad de servicio por el personal administrativo.

Pregunta N°2

¿Cree usted que el personal de la Corporación está capacitado en el área en la que desempeñan sus actividades?

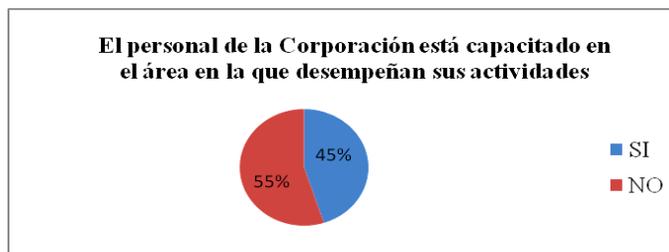
TABLA N°12

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	9	45%
NO	11	55%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°12



Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de los socios encuestados, el 55% manifiestan que el personal administrativo de la Corporación no se encuentra capacitado en el área que desempeña sus actividades y el 45% expresa que si están capacitados.

En base a los resultados obtenidos, la mayoría de los socios manifiestan que el personal no está capacitado, por ello se considera que la capacitación es de vital importancia para desempeñar las actividades de la mejor manera con eficacia y eficiencia.

Pregunta N°3

¿Cree usted que el personal presta un adecuado servicio a los clientes de la Corporación?

TABLA N°13

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	10	50%
NO	10	50%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°13



Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

De los 100% de los socios encuestados, el 50% manifiestan que el personal de la Corporación presta un adecuado servicio a los clientes y el 50% manifestaron que no son atendidos de la forma adecuada.

Del total de los socios encuestados, el 50% opinaron que el personal que labora en la corporación no presta un servicio adecuado causando así molestias e inconvenientes a los clientes, esto puede ocasionar pérdidas para la Corporación.

Pregunta N°4

¿Manifieste si la Secretaria práctica buenas Relaciones Humanas al momento de atenderlo?

TABLA N°14

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	6	30%
NO	14	70%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°14



Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de los socios encuestados, el 70% manifiestan que la Secretaria no practica buenas Relaciones Humanas al momento de atenderlo y el 30% manifiesta que si practica las relaciones humanas.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta se da a notar que la Secretaria no practica las Relaciones Humanas, por ello se considera que debe ser uno de los temas de relevancia que debe contener el manual.

Pregunta N°5

¿Usted adquirió de la Secretaria la información que solicitaba?

TABLA N°15

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	9	45%
NO	11	55%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°15



Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de los socios encuestados, el 55% manifiestan que no adquirieron la información que solicitaban y el 45% manifiestan lo contrario.

Es importante dar a conocer la información que sea requerida y concerniente a la petición del cliente, teniendo en cuenta que el mismo es importante para la Corporación y siempre debe estar en primer lugar.

Pregunta N°6

¿Considera usted que el Personal Administrativo debería ser evaluado constantemente?

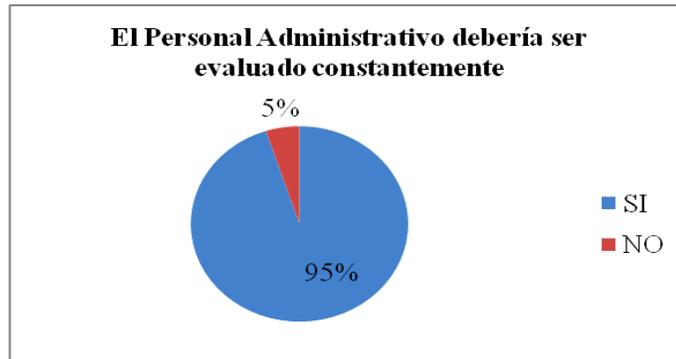
TABLA N°16

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	19	95%
NO	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°16



Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 95% consideran que el Personal Administrativo debe ser evaluado, mientras el 5% no están de acuerdo que se evalúe.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos la mayoría de personas encuestadas consideran que el Personal Administrativo debe ser evaluado constantemente para una mejor atención al cliente en la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”.

Pregunta N°7

¿Está satisfecho con el servicio que proporciona el Personal Administrativo?

TABLA N°17

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	10	50%
NO	10	50%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°17



Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 50% está satisfecho con el servicio que proporciona el Personal Administrativo y el 50% considera que no está de acuerdo.

En base a los resultados se evidencia que el cliente no está satisfecho con la atención que da el Personal Administrativo por lo que deben proporcionar una excelente atención al cliente ya que el usuario desea una atención más de lo normal.

Pregunta N°8

¿Cómo calificaría usted la atención personalizada que le brinda la Secretaria de la Corporación?

TABLA N°18

ITEMS	FRECUENCIA	%
Muy Bueno	6	30%
Bueno	11	55%
Malo	3	15%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°18



Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 55% consideran que atención personalizada que le brinda la Secretaria es Buena, el 30% Muy Bueno y el 15% Malo.

Como se puede evidenciar la atención que brinda la Secretaria es buena, es recomendable que la atención al cliente debe ser Muy buena ya que los socios son los más importantes, y es la base principal dentro de la institución, para crear más fuentes de inversiones en la cooperativa.

Pregunta N°9

¿Usted como cliente, que tiempo considera que debe esperar para ser atendido?

TABLA N°19

ITEMS	FRECUENCIA	%
De 1 a 5 minutos	12	60%
De 5 a 10 minutos	1	5%
Otros	7	35%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°19



Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 60% manifiestan que el tiempo de esperar para ser atendido debe ser de 1 a 5 minutos, el 35% considera de 5 a 10 minutos y el 5% manifiestan que pueden esperar el tiempo que sea necesario.

De acuerdo al resultado de la encuesta, el tiempo de espera debe ser de 1 a 5 minutos, pero es importante dar el servicio al cliente en el menor tiempo posible, ya que cada uno presenta necesidades diferentes, por lo que la Secretaria debe estar disponible todo el tiempo, con el fin de no hacer esperar al cliente.

Pregunta N°10

¿Considera usted que mediante la elaboración del manual de atención al cliente permitirá mejorar el desempeño laboral?

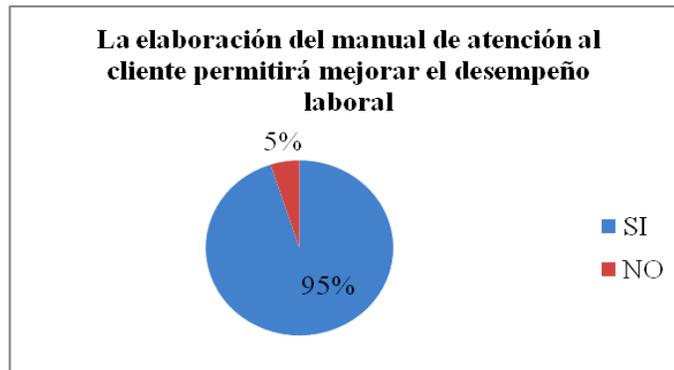
TABLA N°20

ITEMS	FRECUENCIA	%
SI	19	95%
NO	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

GRAFICO N°20



Fuente: Encuesta aplicada a los Socios de la Corporación

Elaborado por: Las postulantes

Análisis e Interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 95% consideraron que un Manual de Atención al Cliente permitirá mejorar el desempeño laboral, mientras el 5% opinan lo contrario.

Se consideran que la elaboración del Manual de Atención al Cliente permitirá elevar el nivel de calidad del servicio, solucionando tropiezos que se presentan a diario, pues el presente dependerá del futuro de la Corporación.

2.5. COMPROBACIÓN DE LAS PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Cuáles son los contenidos teóricos y conceptuales que establece la elaboración de un manual de atención al cliente que permita mejorar el servicio y la atención al público en la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” del Cantón Latacunga?

Mediante los fundamentos teóricos expuestos en el primer capítulo de la propuesta se presenta conceptos que permita comprender de mejor manera el servicio o atención al cliente, para de esta manera mejorar el servicio que proporciona la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”.

¿Qué técnicas y maneras de información al público se puede instruir en la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” del Cantón Latacunga para mejorar el servicio de atención al cliente?

Se considera utilizar normas y técnicas concernientes al servicio al cliente que permita al Personal Administrativo desenvolver con eficiencia y eficacia, satisfaciendo el requerimiento de los clientes.

¿Cuáles serán los resultados y beneficios que se obtendrá con la aplicación de recomendaciones en el manual de atención al cliente?

El Manual de Atención al Cliente servirá como instrumento de ayuda para las/ los Secretarías/os de la Corporación, permitiendo maximizar la calidad del servicio al cliente, obteniendo resultados favorables para la institución.

2.6. Conclusión del Diagnóstico

Luego de realizar el análisis a través de las encuestas aplicadas al Personal Administrativo y clientes, y el FODA sobre atención al cliente de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” del Cantón Latacunga se ha considerado las siguientes conclusiones:

- El Personal Administrativo de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”, carece de conocimientos en atención al cliente lo que ha ocasionado dificultades para relacionarse eficazmente con el público.
- Según los resultados que arroja la encuesta se determino que todo el Personal Administrativo está dispuesto a mejorar la calidad de servicio aplicando las políticas y técnicas adecuadas con el fin de lograr unificar normas en atención al cliente.
- Del total de personas encuestadas como el Personal Administrativo y clientes coincidieron que en la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” debe poseer un Manual de Atención al Cliente que permita maximizar sus conocimientos.
- La falta de un Manual de Atención al Cliente impide los conocimientos sobre la atención o el servicio al cliente que se desarrolla en la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”, coartando cumplir con los objetivos y metas previstas dentro de la institución.

2.7 RECOMENDACIONES

- Crear una cultura evaluativa constante por parte de los directivos para de esta manera mejorar los procesos de atención al cliente.
- Se recomienda implantar estrategias empresariales como el liderazgo, atención al cliente, que permita mejorar los procedimientos administrativos y de servicio institucionales.
- Mejorar los procesos de atención al cliente mediante la eficiencia y eficacia en la atención y la prestación de servicios institucionales específicamente mejorando la agilidad y la rapidez en la atención.
- Establecer parámetros institucionales que permitan mejorar la calidad de atención y la prestación de servicios en base a estrategias de mercado y eficiencia y calidad total.

CAPÍTULO III

3. DISEÑO DE LA PROPUESTA

“MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LAS/OS SECRETARIAS/OS DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY” DEL CANTÓN LATACUNGA”

3.1 DATOS INFORMATIVOS

INSTITUCIÓN EJECUTORA: Corporación de Desarrollo Social y Financiero
“PAKARYMUY”

BENEFICIARIOS:

Directo: Personal Administrativo

Indirecto: Clientes

UBICACIÓN: Calle Felix Valencia y Quijano y Ordoñez

TIEMPO ESTIMADO DE EJECUCIÓN:

Inicio: Marzo - 2011

Fin: Agosto - 2011

PERSONAS RESPONSABLES: Wilma Lorena Chingo Yanchaguano
Lourdes Cecilia Caisaguano Lema

3.2 ANTECEDENTES

La institución se caracteriza por ser diferente a las demás instituciones que se encuentran alrededor de la misma, siempre encaminándose al desarrollo y satisfacción de sus clientes y dispuesto en todo momento a mejorar la calidad de servicio, como a la superación y engrandecimiento.

Toda institución debe poseer un Manual de Atención al Cliente donde consten las técnicas y normas actualizadas de servicio al cliente, que contribuyan al mejoramiento de la institución y su imagen personal.

El servicio al cliente que se genera en toda institución sea para difusión interna o externa, es parte de la imagen institucional y debe obedecer a nuevas formas de atención, acorde a los principios básicos vigentes en la actualidad.

El Manual es la herramienta necesaria para mejorar la calidad en el proceso de atención al cliente desde el momento que ingresa a la Corporación. La Atención al público, la excelencia en el servicio, constituyen una de las bases fundamentales para el éxito, el prestigio y desarrollo de una institución en el mercado global de hoy.

3.3 JUSTIFICACIÓN

Resulta imprescindible conocer y subsanar a fondo las falencias que existe en la atención al público por parte del Personal Administrativo, además de ello conocer más los problemas por los que atraviesan los clientes al momento de requerir los servicios en la Corporación; es por ello que, las Postulantes proponemos elaborar un Manual de Atención al cliente dirigido a las/los Secretarias/os, seleccionando este tema de investigación como un beneficio para los clientes y Personal Administrativo dentro y fuera de la Corporación.

El presente trabajo es de utilidad práctica, porque permite realizar una atención ágil, oportuna, integrando la calidad y calidez del servicio a distintos clientes, ya que son ellos la razón misma de ser de la Corporación y de esta manera brindarles una mejor atención para su satisfacción total.

Esta investigación es original, porque se la realiza en base a investigaciones reales de campo, practicadas en la Corporación “PAKARYMUY” con la ayuda y colaboración del Personal Administrativo, con los cuales se trata las falencias encontradas, con el fin de ofrecer la respectiva solución, en base a la implementación de este Manual lo cual mejorará la atención al cliente.

La investigación se basa en encuestas a los clientes y al Personal Administrativo que labora en la oficina de la ciudad de Latacunga, con el fin de conocer las falencias existentes en la atención al cliente en especial por parte de las Secretarias y en base a las mismas encontrar una alternativa de solución práctica como lo es el Manual de Atención al Cliente, el cual facilitará las actividades diarias que vienen realizando en las diferentes áreas que componen la entidad financiera y que mejorará la interrelación entre secretarias y clientes.

La atención al cliente en los actuales momentos tiene gran importancia ya que, la Corporación “PAKARYMUY” o cualquier otra institución de servicio necesita de éste, para lograr su permanencia y sostenibilidad a través del tiempo.

Es de gran relevancia social porque mediante su aplicación se conocen las necesidades de los clientes y el Personal Administrativo que labora en la Corporación “PAKARYMUY”, siendo una base para el mejoramiento de la administración y de servicios, ahorrando tiempo, mejorando la atención a través de la eficiencia y la eficacia de servicios.

3.4 OBJETIVOS

3.4.1 General

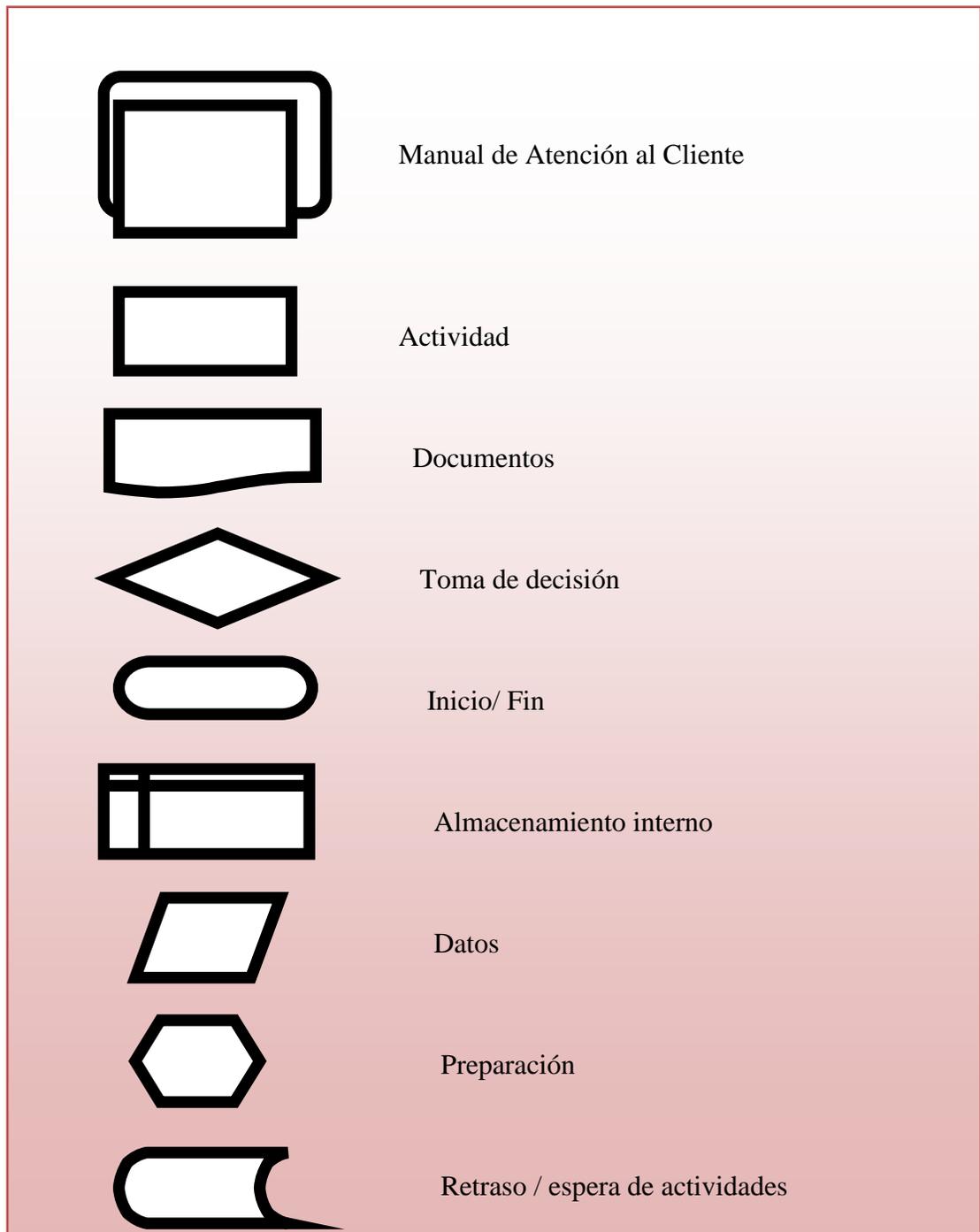
- Elaborar un Manual de Atención al Cliente, dirigido a las/los Secretarias/os, de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” del Cantón Latacunga con el fin de mejorar el bienestar de cada uno de los clientes.

3.4.2 Específicos

- Determinar los fundamentos teóricos que sustentan la elaboración de un Manual de Atención al Cliente para las/los Secretarias/os, que permitirá maximizar el conocimiento en cuanto al servicio.
- Analizar y desarrollar los procedimientos y pasos del Manual de Atención al Cliente para brindar una buena atención en la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” del Cantón Latacunga.

- Sugerir las/los Secretarias/os de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” el uso del presente Manual de Atención al Cliente.

Gráfico N° 21: SIMBOLOGÍA



3.5 DESARROLLO DE PROPUESTA

La presente propuesta se basa en los datos obtenidos en la investigación realizada a la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”, para lo cual fue necesario medir sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el campo laboral de la Institución, apoyadas en herramientas de investigación como la encuesta.

Se considera que por los resultados obtenidos se hace imprescindible la creación de un Manual de Atención al Cliente para la Institución por lo que es una guía para conseguir los logros de la misma, puesto que sus funciones principales es establecer la mejor atención al cliente, con la finalidad que fluya las relaciones humanas.

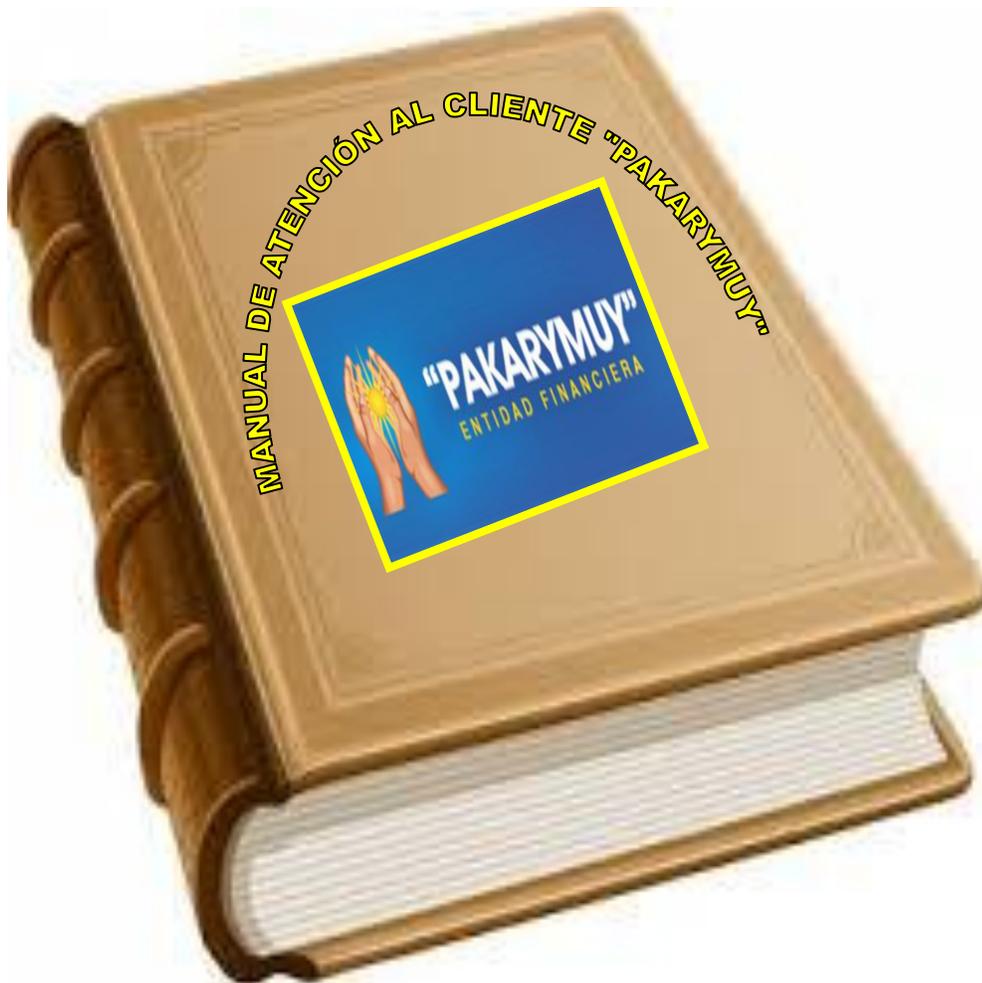
Atención al cliente y relaciones humanas son las encargadas de crear y mantener entre los individuos, vínculos amistosos, relaciones cordiales basadas en ciertas reglas, aceptadas por todos y fundamentalmente en el reconocimiento y respeto de la personalidad humana, es un arte que señala como atender al cliente, convivir con los semejantes en diferentes situaciones sociales.

El diseño del Manual de Atención al Cliente nos facilita la información adecuada, en general sirve como medio para orientar continuamente los esfuerzos de la Institución hacia los planes, objetivos y constante cambio, como también ayuda a descubrir deficiencias o irregularidades en las áreas cuyos problemas exigen mayor atención por parte de los empleados de la Corporación. En vista que la oficina no cuenta con una adecuada atención al cliente.

El objetivo final es proporcionar un ambiente agradable donde cada ser humano pueda percibir una buena atención y el Personal Administrativo pueda desarrollar sus capacidades individuales, y que este rendimiento beneficie a las dos partes.

**MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LOS SECRETARIOS/AS DE
LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO
PAKARYMUY DEL CANTÓN LATACUNGA**

Gráfico N° 22



AUTORAS

Chingo Yanchaguano Wilma Lorena

Caisaguano Lema Lourdes Cecilia

3.5.1 ÍNDICE DEL MANUAL DE ATENCION AL CLIENTE PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE

CONTENIDO	PÁGINAS
Presentación.....	62
La Gerencia de la Corporación Social y Financiera “PAKARYMUY”....	63
Funciones generales para una mejor atención al Cliente por el Gerente.....	64
Características de la secretaria de la Corporación.....	66
Procedimientos de la Secretaria para brindar una buena atención al cliente de la Corporación.....	68
Flujo Grama de las funciones que realiza la Secretaria en la Corporación..	71
Funciones que debe realizar la Secretaria en la Corporación.....	74
La comunicación efectiva de la Secretaria de la Corporación.....	79
Tipos de comunicación a aplicar en la Corporación por la Secretaria.....	80
Factores que deben intervenir en la Secretaria de la Corporación para una buena Relación Humana con los Clientes.....	83

3.5.2 PRESENTACIÓN

El propósito de elaborar un Manual de Atención al Cliente para las/los Secretarios/as de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” del cantón Latacunga surge por la necesidad de que tanto los/las Secretarias, así como el Personal Administrativo tengan a la mano el Manual con opciones de buen trato en la atención al cliente demostrando eficiencia y eficacia en las mismas.

La amabilidad, la cordialidad, el respeto, la eficiencia y eficacia en la atención al cliente constituyen normas altamente realizables siempre y cuando quienes atienden a los clientes acepten de buena manera los cambios a realizarse en bien de ellos y la institución.

Antes de explicar el procedimiento del Manual de Atención al Cliente, es conveniente informar las funciones del Gerente y Secretaria de la Corporación, ya que de ellos depende el desarrollo, crecimiento con acciones y prácticas que especifiquen su quehacer diario, así como la misión y visión del presente manual.

3.5.3 MISIÓN

Ofrecer lineamientos de atención al cliente, basados en principios funcionales de equidad, relaciones humanas, procedimientos con pasos claros y objetivos para el cumplimiento de las actividades diarias de las Secretarias dentro de la Corporación.

3.5.4 VISIÓN

Ser una fuente de información permanente para las Secretarias de la Corporación “PAKARYMUY”, y demás personas que deseen informarse de cómo atender al cliente y obtener mejores beneficios de su aplicación.

LA GERENCIA DE LA CORPORACIÓN SOCIAL Y FINANCIERA “PAKARYMUY”

RESPONSABILIDAD



Fuente: Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”

Elaborado por: Las postulantes

La gerencia es un cargo que ocupa el director de una empresa lo cual tiene dentro de sus múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.

El Sr. Gerente José Masabanda, por su parte debe estar siempre atento con respecto al desempeño, rendimiento, productividad, logros que realiza la Secretaria, apoyándola en aquellas debilidades que pueden ser transformadas en fortalezas, con acciones, estrategias que generen el cambio requerido, aportarles capacitación, desarrollo, tolerancia, atención que fortalezcan sus competencias.

FUNCIONES GENERALES PARA UNA MEJOR ATENCIÓN AL CLIENTE POR EL GERENTE DE LA CORPORACIÓN SOCIAL Y FINANCIERA “PAKARYMUY”

A continuación se detalla las funciones que realizará el Gerente dentro de la Corporación “PAKARYMUY”:

El Gerente debe evaluar el desempeño de la fuerza de servicio y atención al cliente de acuerdo a la planificación existente en la Corporación y se enfocara en lo siguiente:

- En el plan anual plateado al inicio del año
- En la tarea designada a la Secretaria
- En las propuestas planificadas, etc.

El Gerente es responsable de velar que todo el procedimiento de servicio al cliente, se lleve a cabo de la forma idónea en la Corporación “PAKARYMUY” por ejemplo en:

- Atención al cliente
- Servicio de la Cajera
- Créditos, etc.

Proporcionar capacitación al personal de la Corporación en tareas de operación para una mejor atención al cliente en temas como:

- Servicio al Cliente
- Relaciones Humanas
- Imagen personal, etc.

El Gerente debe asegurar que el ambiente de las oficinas sea atractivo para los clientes manteniendo un área:

- Limpia
- Ordenada
- Amplia, etc.

El Gerente debe enfocarse con exactitud a las necesidades del cliente porque al satisfacer regresara por un nuevo servicio, por ejemplo proporcionando:

- Importancia a las necesidades
- Interés en el tema
- Solución a los requerimientos, etc.

El Gerente debe relacionarse de manera abierta con todos los clientes con el fin de que pueda el cliente exponer sus inquietudes, por ejemplo debe ser:

- Amigable
- Respetoso
- Caritativo, etc.

El Gerente debe trabajar y cooperar con los clientes para mantener la estabilidad de la Corporación ya que en la sociedad existen diferentes personas con:

- Antecedentes
- Conocimientos
- Talentos
- Perspectivas
- Valores y Creencias

El Gerente debe estar actualizado en todos los ámbitos (político, económicos, sociales, etc.) para satisfacer las necesidades de los clientes, por ejemplo en:

- Responder y resolver las solicitudes
- Responder las inquietudes de los clientes
- Responder y ayudar a las necesidades, etc.

El Gerente debe tener en cuenta que el cliente es único con sus derechos y obligaciones, por ello se debe dar:

- Igualdad de derechos de los socios
- Libre acceso y retiro voluntario
- El derecho de cada socio a decidir, elegir, aceptar, etc.

CARACTERÍSTICAS DE LA SECRETARIA EN LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY”



Fuente: Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”

Elaborado por: Las postulantes

La Secretaria de la Corporación debe ser una persona responsable y que cumpla con las siguientes características:

Que tenga buena presencia

En lo que corresponde a la buena presencia, la secretaria de la Corporación debe estar vestida de acuerdo a la vestimenta establecida por la institución, por ejemplo:

- Con un suéter de lana
- Una chalina
- Sombrero
- Una falda
- Sandalias

Debe ser amable, cortés, dinámica y entusiasta

La Secretaria de la Corporación debe ser amable en todo momento con los clientes que ingresan a la Corporación, de la misma manera debe ser cortés al momento de brindar información.

De igual forma la Secretaria debe ser dinámica y entusiasta dentro de la Corporación ayudando así al cliente a satisfacer sus necesidades.

Excelente redacción y ortografía

La Secretaria debe tener una excelente redacción y ortografía al momento de realizar oficios, solicitudes, etc. que requiere el Gerente o el cliente en beneficio del interesado.

Facilidad para interactuar en grupos

La Secretaria debe estar dispuesta a relacionarse con el grupo de trabajo a la que esta designada ya que será en beneficio de la Corporación.

Dominio de Windows, Microsoft Office, Internet

La Secretaria debe tener conocimientos de los programas básicos, el cual le beneficiara en sus actividades diarias permitiendo de esa manera brindar un buen servicio.

A CONTINUACIÓN SE DESCRIBE UNA SERIE DE PROCEDIMIENTOS CON SUS RESPECTIVOS PASOS QUE LAS/LOS SECRETARIAS/OS DEBEN APLICAR EN EL MOMENTO DE ENTRAR EN CONTACTO CON LOS CLIENTES

Salude siempre al cliente al momento que ingresa a las oficinas de la Corporación “PAKARYMUY”

La Secretaria debe saludar al cliente de la Corporación y dar la bienvenida, porque está hablando a nombre de la Institución para la cual trabaja.

La Secretaria al momento de saludar al cliente de la Corporación “PAKARYMUY”, debe expresar de la mejor manera posible porque su presencia es importante para usted.

La Secretaria debe establecer contacto visual, y dar importancia por su visita a la Corporación.

Pregunte al cliente de la Corporación “PAKARYMUY” en que le puede ayudar

La secretaria debe averiguar qué necesita el cliente que ha ingresado a la Corporación, como por ejemplo, dígale ¡en que le puedo ayudar!

La secretaria debe preguntar al cliente de inmediato lo que necesita porque si lo hace esperar el cliente se desespera y se pone de mal humor.

Escuche al cliente, siempre es conveniente saber lo que piensa y siente con respecto a los servicios que ofrece la Corporación.

La secretaria debe centrar toda su atención al cliente, escuchar su petición para comprender su inquietud y poder solucionar con prontitud lo que requiere el cliente de la Corporación. Ejemplo, no hacer otra actividad (no atender el teléfono) mientras se está atendiendo al cliente.

Ayude al cliente de la Corporación a solucionar sus inquietudes

La secretaria debe ayudar a los clientes a resolver las necesidades de todos los servicios con el fin de que los mismos sean utilizados con mayor frecuencia para el crecimiento de la institución, como pueden tener las siguientes necesidades:

Como:

- Créditos
- Apertura de cuenta
- Giros Nacionales e Internaciones

Solución de la necesidad

- Entrega de volantes
- Explicaciones

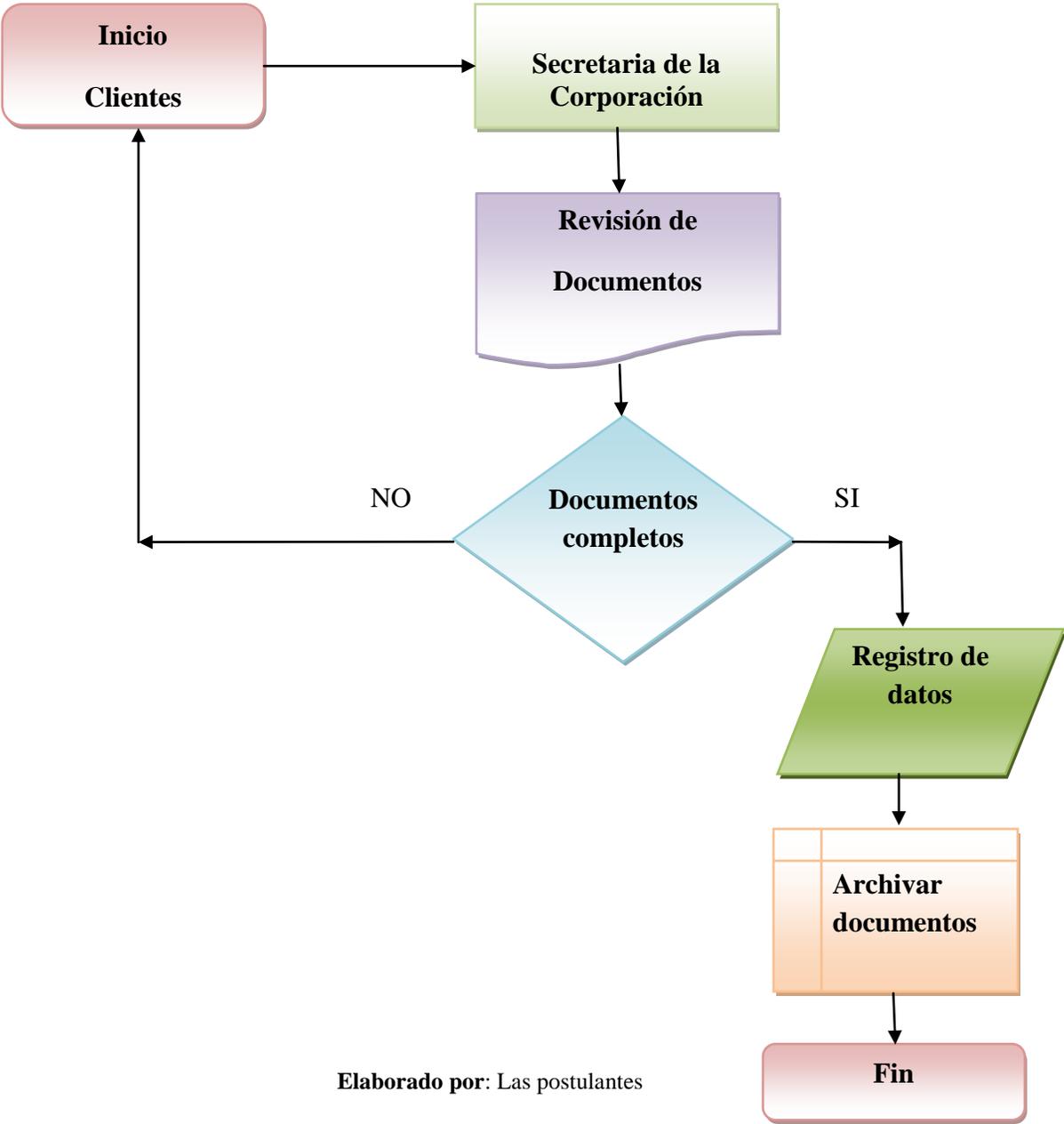
Despedir e invitar al cliente que regrese a utilizar los servicios de la Corporación “PAKARYMUY”

La secretaria de la corporación debe dar las gracias por haber visitado y haber utilizado los servicios de la Corporación, debe invitarle que regrese pronto a utilizar nuestros servicios y asegurar que se lleve una grata impresión por la atención y para lograr que el cliente regrese se recomienda utilizar los siguientes ejemplos:

- ¡Fue un gusto atenderlo!
- ¡Regrese pronto!
- ¡Estoy para atenderlo!
- ¡Fue un placer ayudarlo!

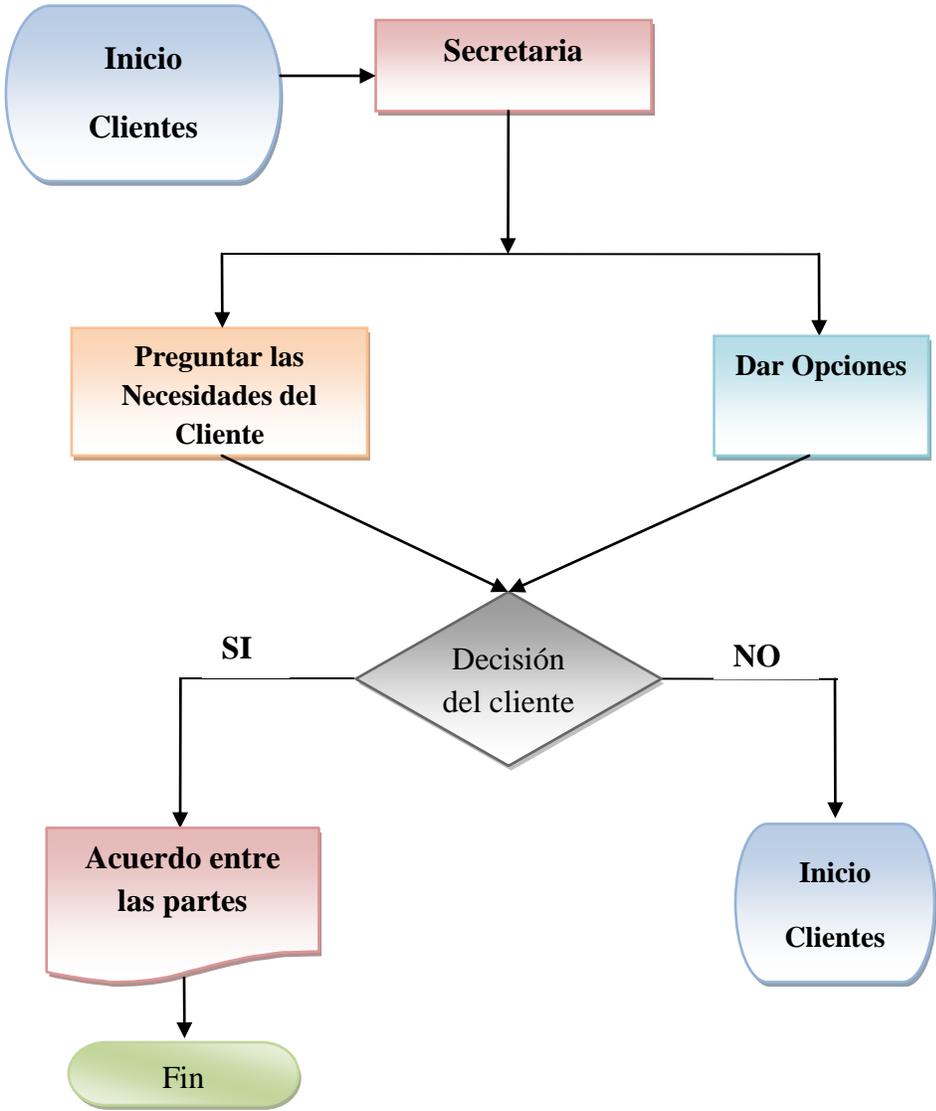
FLUJO GRAMAS DE LAS FUNCIONES QUE REALIZA LA SECRETARIA EN LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY”

Proceso de recepción de documentos para ser socio de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”.



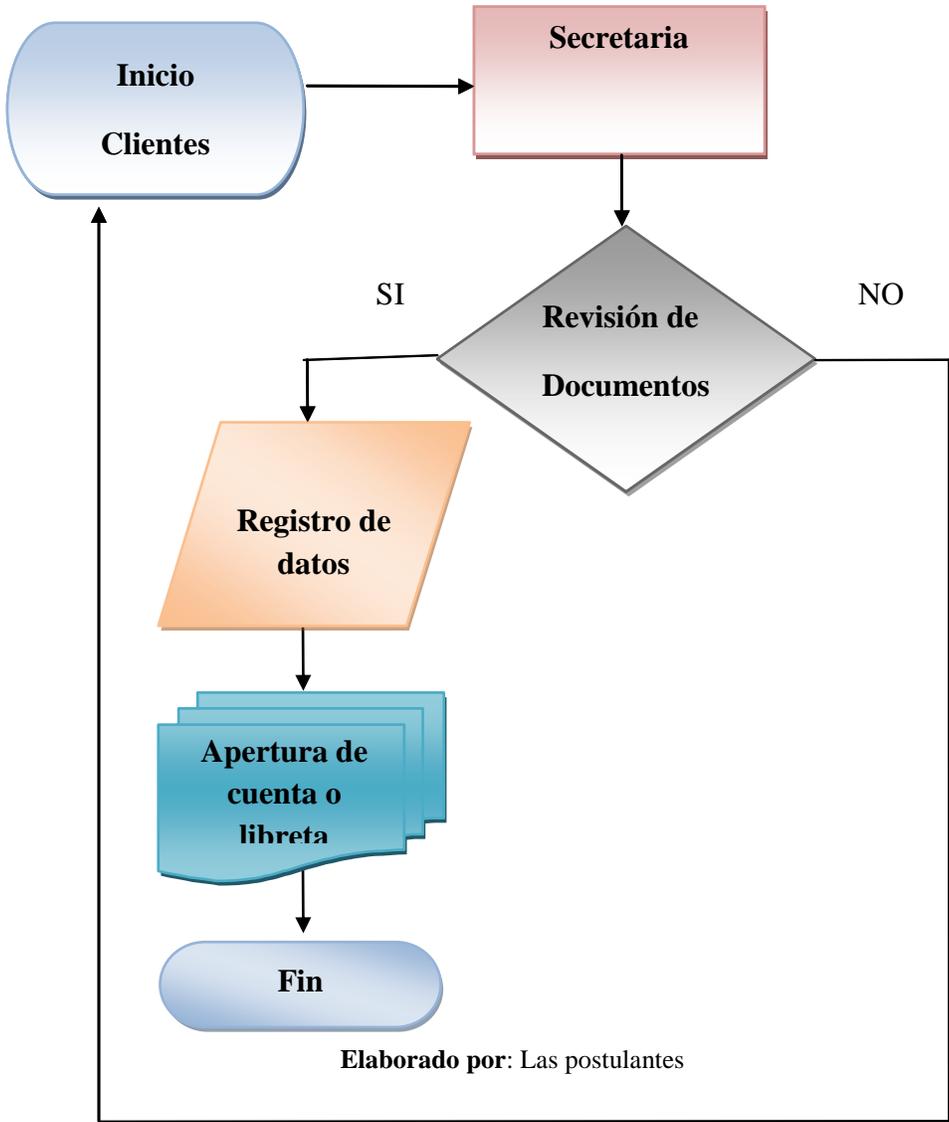
Elaborado por: Las postulantes

Pasos para brindar el servicio a nuevos clientes y captación de los mismos, por la secretaria de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”.



Elaborado por: Las postulantes

Pasos para la apertura de cuenta, ejecutada por la secretaria de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”.



FUNCIONES QUE DEBE REALIZAR LA SECRETARIA EN LA CORPORACIÓN “PAKARYMUY”



Fuente: Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”

Elaborado por: Las postulantes

Entre las diferentes funciones de compromiso de una Secretaria dentro de la Corporación se puede mencionar:

DAR INFORMACIÓN

La Secretaria de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”, deberá dar información sobre todos los servicios que ofrecen por ejemplo;

Información de un préstamo.- La Secretaria le informa al cliente que requisitos necesita para un préstamo:

- Copia de los documentos personales del socio y garante.
- Facturas de pago de luz y agua socio y garante.

- Copia de escritura del socio o garante.
- Certificado de ingresos, del socio o garante.
- Copia de la libreta de ahorro.
- Tener una base en ahorros.
- Pago de impuesto.
- Certificado de gravamen.

Información de apertura de cuenta.- La Secretaria de la Corporación deberá informar al cliente los requisitos que necesita para abrir una cuenta por ejemplo:

- Copia de los documentos personales.
- Veinte dólares.
- Foto tamaño carnet actualizado.

Información de transacciones Nacionales e Internacionales.- La Secretaria de la Corporación deberá informar los requisitos que se necesita para enviar y recibir dinero, por ejemplo:

Para recibir el dinero necesita:

- La cedula de quien recibe
- El certificado de autorización
- El código para el respectivo cobro

Para enviar el dinero se necesita:

- Número de cuenta de la persona quien va a recibir
- Llenar la papeleta de depósito

Información de pagos rápidos.- La Secretaria de la corporación PAKARYMUY también deberá informar a los clientes de todos los servicios con la finalidad de atraer más clientes, así como:

- Pagos de Yanbal, Avon y Esika
- Pago de Bono de Desarrollo Humano
- Pago de SOAT
- Servicios de recarga
- Servicio de Información del estado de la Cartera Crediticia Personal

CONTESTAR Y REALIZAR TODAS LAS LLAMADAS TELEFÓNICAS

La Secretaria debe contestar las llamas de inmediato o realizar llamadas cuando sea necesario, utilizando los siguientes parámetros como por ejemplo:

COMO CONTESTAR TODAS LAS LLAMADAS

La Secretaria debe decir: ¡Muy buenos días!, le saluda la señorita Teresa Quishpe Secretaria de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”.

A los clientes se les debe hablar con un tono especial, y llegar a ellos con la mayor cordialidad y eficacia.

Si el cliente pide información sobre la Corporación la secretaria debe explicar detenidamente los beneficios que ofrece la Corporación, y si no lo ha entendido hacer lo posible para que lo asimile de la mejor manera posible.

La Secretaria debe decir al cliente la verdad desde el inicio y no mentirle sobre nuestra propuesta.

La Secretaria debe ser lo más clara y práctica al dar los datos al cliente, recuerde que mucho palabreo molesta al cliente.

COMO REALIZAR TODAS LAS LLAMADAS NECESARIAS

La Secretaria debe decir: ¡Halo, Muy buenos días, con el Sr. López!,

EL Cliente, buen días si con el mismo,

La secretaria le responde, Le saluda la señorita Teresa Quishpe Secretaria de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY”.

Al dar una información la Secretaria de la Corporación debe ser lo más clara y concisa posible para que el cliente entienda lo que está tratando de comunicarle y si no lo ha entendido hacer lo posible para que lo asimile de la mejor manera posible.

RECIBIR DOCUMENTOS

La secretaria al momento de recibir un documento debe verificar que tipo de documento es, para así dar una solución oportuna, por ejemplo.

Los documentos que requieren solución inmediatamente son los créditos

Hipotecarios.- son los créditos que se emiten dejando un documento que abalice el monto de crédito solicitado, estos documentos son: copias de escritura o de algún bien, y el monto.

Consumo.- estos créditos son destinados para consumo personal, debe tener una base en su libreta que cubra el monto del préstamo.

La secretaria de la corporación luego de haber recibido la documentación, informara al cliente el plazo del trámite de la documentación:



Los documentos que no requieren solución inmediatamente son certificados y oficios

Certificados.- Es el documento que el cliente solicita para cualquier trámite personal que requiera alguna empresa., por ejemplo para una apertura de cuenta, créditos, para tramites de viaje etc., previa autorización del Gerente.

Oficios.- Es el documento que el cliente deja con el propósito de solicitar tramite de alguna petición, se debe gestionar dentro de un plazo prudencial.

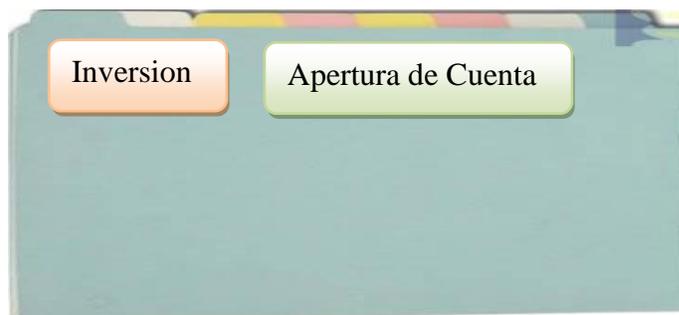


Los documentos que requieren de ejecución inmediato son: inversiones y apertura de cuentas

La secretaria de la corporación debe realizar de inmediato el trámite que se encuentre a su responsabilidad, siendo eficaz y eficiente en el momento de la atención al cliente, con el fin de captar más socios y cumplir con el objetivo.

Inversión.- Es el capital que el cliente invierte para ganar un interés

Apertura de Cuenta.- Es el documento que abaliza para ser socio de la Corporación



COMUNICACIÓN EFECTIVA DE LA SECRETARIA EN LA CORPORACIÓN “PAKARYMUY”

La Secretaria cuando se comunica con alguien no solo emite un mensaje, también recibe una respuesta y todo ello se realiza con palabras, gestos, pensamientos y sentimientos, las comunicaciones comprende el conjunto de actividades entre todos los empleados que laboran dentro de la Corporación, que se desenvuelven con el propósito de informar y convencer, en un determinado sentido.

La Secretaria debe relacionarse de una manera eficaz en la Corporación, la misma que evitará retrasos innecesarios en la atención a los clientes, como por ejemplo:

- Mala imagen personal
- Confianza negativa de los clientes
- Pérdida de clientes

TIPOS DE COMUNICACIÓN A APLICAR EN LA CORPORACIÓN “PAKARYMUY” POR LA SECRETARIA

La Secretaria debe involucrarse activamente en la conversación, para un mejor entendimiento con el cliente y satisfacer las necesidades planteadas por cada uno de los clientes. A continuación se detalla los tipos de comunicación:

COMUNICACIÓN VERBAL

Es el uso de las palabras para la interacción entre los seres humanos, es importante para la Secretaria utilizar, este tipo de comunicación porque le permite transmitir de manera rápida y eficiente el mensaje ya sea oral y escrita. Como por ejemplo:

Oral.- Es en el instante que la Secretaria y el cliente se encuentran dialogando en la Corporación. Como por ejemplo de los siguientes asuntos:

- Servicios
- Beneficios
- Requisitos
- Necesidades, etc.

Para que el cliente capte la comunicación oral

La Secretaria debe ser más rápida, eficiente y transmitir el mensaje requerido al cliente, por ello creemos conveniente tener en cuenta lo siguiente:

- Pronunciar las palabras correctamente y claras.
- Proporcionar mayor cantidad de información sobre el tema tratado
- Utilizar el mismo dialecto (español- kichuwa).

Escrita.- Es el momento que la Secretaria, informa al cliente mediante hojas volantes en la Corporación. Como por ejemplo:

- Servicios
- Beneficios
- Requisitos
- Necesidades, etc.

Para que el cliente capte la comunicación escrita

Para que el cliente capte la comunicación oral de forma precisa es necesario agregar la comunicación escrita porque permite transmitir el mismo mensaje pero con mayor claridad, por lo cual la Secretaria debe tener en cuenta lo siguiente:

- Tener una buena ortografía
- Tener una buena caligrafía
- Escribir las palabras con el tamaño visible para que cliente pueda ver y entender.

LA VOZ:

Serena: La Secretaria debe utilizar esta voz por lo que significa equilibrio, seguridad y comprensión, para proyectar una comunicación positiva entre las dos partes. Ejemplo:

Clientes respetuosos
Clientes pasivos, etc.

Fuerte: La Secretaria debe utilizar en circunstancias precisas o cuando lo amerite un dialogo para mayor respeto entre ellos. Ejemplo cuando el cliente esta:

- De mal humor

- Tiene un título superior
- Carácter fuerte
- Apurados, etc.

COMUNICACIÓN NO VERBAL

La Secretaria debe utilizar este tipo de comunicación llamado “lenguaje corporal”, se produce en situación cara a cara, ya que no se comunica solamente con palabras, sino que los gestos forman parte de la comunicación, expresando emociones y sentimientos.

Los mensajes no verbales pueden cumplir varias funciones:

Facial: Es el principal movimiento de señales para mostrar las emociones. La Secretaria de la Corporación debe conservar una sonrisa sencilla, pues demuestra acuerdo y entendimiento entre quienes la intercambian, este tipo de sonrisa debe utilizar cuando:

- El cliente ingrese a la corporación
- Conteste las dudas de los clientes
- Se despida del cliente, etc.

Contacto ocular: La mirada puede abrir o cerrar los canales comunicativos, esta comunicación se da entre dos personas que se miran directamente a los ojos. La secretaria utilizara este gesto para demostrar al cliente que:

- Está proporcionando interés en el tema
- Está prestando su atención
- Es importante su presencia, etc.

Gestos y movimientos con el cuerpo: contribuyen a esclarecer el mensaje verbal poco claro, entre las partes más utilizadas son: el movimiento de la cabeza, tronco y manos. La Secretaria debe utilizar las partes del cuerpo en especial las manos porque son las más importantes y las que amplían la expresividad en el rostro, utilizara en diferentes circunstancias:

- Para saludar o despedir al cliente
- Para un mejor explicación al cliente
- Para una excelente comunicación, etc.

FACTORES QUE DEBEN INTERVENIR EN LA SECRETARIA DE LA CORPORACIÓN “PAKARYMUY” PARA UNA BUENA RELACIÓN HUMANA CON LOS CLIENTES



Elaborado por: Las postulantes

Respeto permanente a los socios de la Corporación

La Secretaria debe respetar y hacerse respetar aun cuando no se comparta un punto de vista, conviene considerar las creencias, sentimientos, etc., de los clientes. El respeto por parte de la secretaria debe ser con:

- Clientes rurales
- Clientes urbanos
- Con quienes se encuentran inmersos (directivos, empleados) en la Corporación, etc.

Comprensión en momentos especiales que atraviesan los clientes

La Secretaria debe tener una actitud tolerante y respetuosa hacia los sentimientos o actos de otra persona porque la comprensión y la buena voluntad son la clave de las relaciones humanas. La Secretaria debe aceptar a los demás como personas:

- Con sus limitaciones
- Necesidades individuales
- Derechos
- Características especiales
- Debilidades, etc.

Cooperación entre todos los empleados que componen la entidad financiera “PAKARYMUY”

El resultado se da por el trabajo en conjunto y de una estrategia aplicada en el proceso desarrollado por el grupo de empleados de la Corporación, que comparten un interés u objetivo preestablecido, ya que al trabajar todos por un mismo fin, se obtienen los mejores resultados y beneficios, así por ejemplo:

- Gerente con los empleados
- Empleados con el Gerente
- Empleados con los Clientes, etc.

Comunicación la llave del éxito entre la Secretaria y el Cliente en la Corporación

La Secretaria debe utilizar la comunicación porque es un proceso mediante el cual el cliente y la secretaria se ponen en contacto, intercambian ideas de una manera bilateral. El emisor transmite el mensaje al receptor y recibe su respuesta, en un intercambio constante de papel, cada uno adoptan el papel de emisor cuando se expresa y el de receptor cuando recibe la respuesta de su interlocutor, como por ejemplo:

- Pregunta a respuesta
- Respuesta a pregunta

Cortesía de la Secretaria porque vale mucho para los clientes de la Corporación

La Secretaria de la Corporación debe tratar al cliente de una forma amable y cordial, porque facilita el entendimiento con los demás, permite trabajar juntos en armonía y lograr resultados, como por ejemplo:

- Cuando solicita el cliente explicación
- Cuando ingresan a la corporación
- Cuando solicitan algún servicio, etc.

3.5.4.1 GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actitud.- Manera de comportarse u obrar una persona ante cierto hecho o situación.

Administración.- Consiste en desarrollar estrategias encaminadas a obtener sus objetivos planteados.

Atención.- Es la capacidad para entender lo que los clientes pueden necesitar, es un verdadero reto para toda empresa.

Aptitud.- Capacidad para realizar satisfactoriamente una tarea o desempeñar un cargo.

Calidad.- Es el conjunto de requisitos que debe reunir la atención.

Coletillas.- Comentario breve que se añade a algo que se acaba de decir o escribir, en especial para corregirlo o puntualizarlo.

Comparativo.- Sirve para comparar ya sea una cosa o una persona.

Competitividad.- Es la capacidad de mantener y mejorar el servicio.

Cordialidad.- Amabilidad y amistad en el trato.

Clientes.- Aquellos que compran productos o servicios para satisfacer sus necesidades o deseos.

Dirección.- Alcanzar las metas de la organización.

Eficacia.- Capacidad para obrar o para conseguir un resultado determinado.

Eficiencia.- Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.

Entorno.- Conjunto de circunstancias, físicas y morales, que rodean a una persona o cosa.

Entusiasmo.- Exaltación y excitación del ánimo por algo que causa interés, admiración o placer.

Erguida.- Comportarse con orgullo o superioridad frente a los demás, tratándolos de un modo despectivo y desconsiderado.

Estrategia.- Es la determinación de metas y objetivos básicos de largo plazo de la empresa.

Inherentes.- Que es esencial y permanente en un ser o en una cosa o no se puede separar de él por formar parte de su naturaleza y no depender de algo externo.

Logística.- Organización y conjunto de los medios necesarios para llevar a cabo un fin determinado.

Marketing.- Es la rama de la empresa que se encarga en satisfacer las necesidades del cliente de acuerdo a cada actividad que realice.

Modales.- Comportamiento de una persona.

Monólogo.- Discurso en voz alta que mantiene una persona consigo misma, especialmente si forma parte de una obra teatral.

Persuadir.- Conseguir mediante razones que una persona piense de una manera determinada o que haga cierta cosa.

Publicidad.- Es hacer conocer el servicio a través de diferentes medios.

Proactiva.- Van hacia lo que quieren, deciden qué hacer con su tiempo, tienen planes para conseguir lo que quieren y están siguiendo sus planes.

Promoción.- Es dar a conocer el servicio al consumidor mediante obsequios, tiempo, regalos, etc.

Proceso.- Mejorar las relaciones con las demás personas que nos rodean en la sociedad.

Relaciones.- Determina la asociación entre dos a mas entidades.

Recursos Humanos.- Son todas aquellas personas que integran o forman parte de una organización, la cual permite conseguir u conservar un grupo humano de trabajo.

Satisfacción.- Valor de aceptación de un consumidor con un producto o servicio.

Servicio.- Prestación, función, aplicación, obligación, favor, ayuda, acompañamiento.

Servir.- Trabajar, emplearse, desempeñar, ofrecer, dar, obsequiar.

Servicial.- Amable, cortés, educado, esmerado, galante, atento.

Simpleza.- Falta de inteligencia y rapidez en una persona cuando razona.

Tolerancia.- Respeto a las opiniones, ideas o actitudes de los demás, aunque no coincidan con las propias.

Universalidad.- Donde existe siempre coordinación.

3.5.5 CONCLUSIONES

- La propuesta será una guía exitosa, que la misma facilitara el desarrollo de sus actividades diarias de las/los secretarias/os, de ahí que se convertirá en un instrumento básico para mejorar la atención al cliente.
- El éxito de la Institución, depende del Personal capacitado y que realice el trabajo encomendado con conocimientos concretos. Sus objetivos y estrategias tiene sentido cuando disponen de personas para alcanza su misión y visión.
- La elaboración del presente manual se ha desarrollado utilizando contenidos, que se basan en el perfil profesional del administrativo que tiene relación directa con el cliente.
- El manual elaborado permitirá convertirse en una opción para el desarrollo de nuevas investigaciones, que tengan como objeto principal mejorar el servicio al cliente.
- Todos los usuarios, de una forma u otra necesitan de una buena atención en el servicio al cliente ya sea por algún trámite o cierto motivo que acuden a la Corporación es por ello que la Secretaria deben conocer de todo su entorno.

3.5.6 RECOMENDACIONES

- La creación de un Manual de Atención al Cliente es ineludible ya que mediante esta guía se puede nivelar los conocimientos sobre atención al cliente en todos quienes laboran en la Corporación “PAKARYMUY”.
- Utilizar el Manual de Atención al Cliente, para que permita mejorar el servicio al usuario en sus actividades encomendadas de una manera óptima.
- Capacitar continuamente en todo lo que sea necesario a todos los empleados, en especial en el tema de servicio al cliente, ya que ofrecer al cliente un trato justo y amable, se lograra captar más clientes.
- Se recomienda al señor Gerente dar a conocer a todo el Personal sobre el Manual de Atención al Cliente, para su aplicación con el fin de proporcionar una mejor atención tanto al usuario interno como externo.
- Se recomienda al Personal de la Corporación de Desarrollo Social y Financiero “PAKARYMUY” tomar en cuenta el trabajo investigativo ya que se trata sobre el cómo dar un buen servicio a los clientes y de esta manera mantenerlos fieles a la institución financiera.

BIBLIOGRAFÍA

CONSULTADA

- BARQUERO, Carlos y Fernando HUERTAS. son editores del libro “Manual del Cliente”. Editorial, 2007, Pág. 1.
- BUCKNER, Leroy. “Servicio al Cliente”, Editorial, México, MCGRAW HILL, 1983. Pág.7
- BUCKNER, Leroy M. del libro “Servicio al Cliente” 1983. Pág.7.
- DEBRAVO, Jorge. Autor del libro “Relaciones Humanas”, Diccionario, Edición 1922. Pág. 4 – 5 – 6.
- PAZ, Couso Renata. 1º Edicion, 2007. Pág. 99
- PHILIP, kotler. “Relaciones Públicas”, Edición, 2004. Pág. 542.

CITADA

- CALDERÓN, Neyra, “Atención al Cliente” Año 2002.
- KOONTZ and O'DONNELL. Considera que “Administración” como: “La dirección de un organismo social 1973, Pág. 16
- MARTINI, Natalia es Editora del Primer Portal de Relaciones Públicas 1978 Pág. 1
- TANNENBBAUM, Editorial México, 1996, Pág. 241

PAGINAS ELECTRÓNICAS

- <http://www.grupoice.com/esp/cencon/pdf/desarrollo/relacioneshumanas.pdf>
28/12/2010, 14h31.
- <http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml> 26/04/2011, 16H: 38.
- <http://html.rincondelvago.com/las-relaciones-humanas.html> 14/06/2011, 15H:15
- <http://comoservirconexcelencia.com/blog/como-afectan-los-elementos-tangibles-a-la-calidad-del-servicio/.html> 11/05/2011, 14H:30

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARERA: SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL.

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO “PAKARYMUY”

OBJETIVO: Establecer el grado de conocimiento sobre la preparación del personal administrativo en cuanto al servicio prestado a cada uno de los socios.

INSTRUCCIÓN: Por favor lea y conteste con toda veracidad posible, la misma que será utilizada para el desarrollo de esta investigación.

1. ¿Posee la Corporación un Manual de Atención al Cliente?

SI ()

NO ()

Porqué.....
.....

2. ¿Qué nivel de estudio posee usted?

Primario

()

Secundario

()

Superior

()

Otros ()

Porqué.....
.....

8. ¿Cómo calificaría usted la atención personalizada que le brinda la Secretaria de la Corporación?

Muy Bueno () Bueno () Malo ()

9. ¿Usted como cliente, que tiempo considera que debe esperar para ser atendido?

De 1 a 5 minutos () De 5 a 10 minutos () Otros ()

10. ¿Considera usted que mediante la elaboración del manual de atención al cliente permitirá mejorar el desempeño laboral?

SI () NO ()

Porqué.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N°3

**CORPORACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y FINANCIERO
“PAKARYMUY” DEL CANTÓN LATACUNGA**



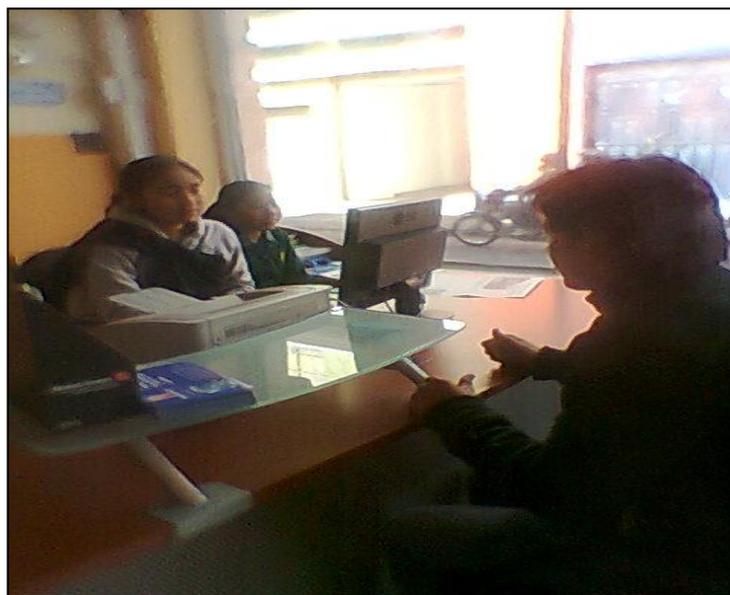
Anexo N° 4

GERENTE DE LA CORPORACIÓN



Anexo N° 5

SECRETARIA ATENDIENDO AL CLIENTE



Anexo N° 6

LAS POSTULANTES CON LA SECRETARIA

