



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, EN LA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

TEMA:

“ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y HABILIDADES COMUNICATIVAS EN EL TALLER DE ENDEREZADA Y PINTURA GLASS DEL CANTÓN OTAVALO.”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título en Licenciada/o en la Carrera de Secretariado Ejecutivo en Español

Línea de investigación: Gestión, calidad de la educación, procesos pedagógicos e idiomas.

Autor (a): Tatiana Elizabeth Haro Flores

Director (a): Msc. Rosa Alba Bastidas

Ibarra-Febrero -2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003874425		
APELLIDOS Y NOMBRES:	HARO FLORES TATIANA ELIZABETH		
DIRECCIÓN:	PARROQUIA QUIROGA, BARRIO “LA PORTADA”		
EMAIL:	taty01haro@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	X	TELÉFONO MÓVIL:	0939613273

DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“Análisis en atención al cliente y habilidades comunicativas en el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo”		
AUTOR (ES):	HARO FLORES TATIANA ELIZABETH		
FECHA: AAAA/MM/DD	2021/02/18		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en Español		
ASESOR/DIRECTOR:	Msc. Rosa Alba Bastidas Játiva		

CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de febrero de 2021

EL AUTOR



.....
Tatiana Elizabeth Haro Flores

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 13 de febrero de 2020

Msc. Rosa Alba Bastidas Játiva

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

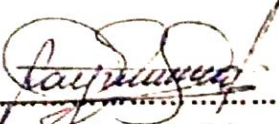
CERTIFICA:

Haber revisado el presente informa final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de las Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizó su presentación para los fines legales pertinentes.


(f) .....
Msc. Rosa Alba Bastidas Játiva
C.C: 0400948220

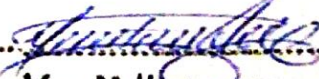
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El Tribunal Examinador del trabajo de titulación "ANÁLISIS EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y HABILIDADES COMUNICATIVAS EN EL TALLER DE ENDEREZA Y PINTURA GLASS DEL CANTÓN OTAVALO" elaborado por Tatiana Elizabeth Haro Flores, previo a la obtención del título en Licenciada (o) en Secretariado Ejecutivo en Español, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:

① 
.....
Msc. Raimundo López
C.C:1001308905

① 
.....
Msc. Rosa Bastidas
C.C:0400948220

① 
.....
Ms. Virginia Acosta
C.C: 1001598638

① 
.....
Msc. Nelly Acosta
C.C:1001890696

DEDICATORIA

Este presente proyecto de investigación se lo dedico principalmente a Dios por haberme dado las fuerzas y la fe de seguir adelante con mis sueños.

A mis padres que siempre han estado conmigo, en mis buenos y malos momentos y que con sus buenos consejos y dedicación me han sabido guiar por el camino del bien. Se lo dedico a ellos, ya que, gracias a su sacrificio y esfuerzo he logrado alcanzar mi meta.

Tatiana Haro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme fuerzas para poder sobresalir ante las adversidades, él me ha llenado de muchas bendiciones y éxitos a lo largo de mi vida.

A mis padres, hermanos, abuelito y mi pareja, quienes han sido fuente importante en mi desarrollo, que, con su apoyo incondicional y sus buenos valores han ayudado a trazar mi camino y mi futuro.

A los docentes de la Universidad quienes con sus conocimientos, orientación y paciencia han sido parte esencial en el cumplimiento de esta etapa de mi vida.

RESUMEN

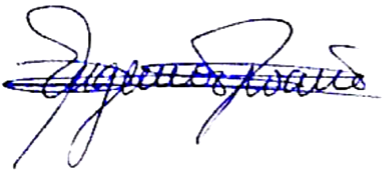
El siguiente trabajo de investigación se desarrolló en el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo, que se dedica al mantenimiento y remodelación de vehículos de todo tipo. Actualmente el trato y atención al cliente que brinda el taller no es el adecuado, debido a que tanto el personal operativo como el gerente general no tienen una noción clara de cómo se debe atender y tratar a un cliente. Por ello el propósito principal de esta investigación es elaborar e implementar un manual de apoyo que permita fortalecer la atención al cliente y las habilidades comunicativas que manejan todo el personal que labora dentro del Taller de Enderezada y Pintura Glass. El tipo de investigación que se utilizó fue la investigación de campo, misma que nos ayudó a obtener datos e información real y concreta. Las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se aplicaron fueron la ficha de observación, que se realizó dentro del Taller de Enderezada y Pintura Glass y también la encuesta que se aplicó a clientes del taller, estos datos fueron procesados y tabulados en graficas. Entre los resultados más relevantes de las encuestas se pudo identificar que los clientes desean que el personal del Taller de Enderezada y Pintura Glass reciba constantemente capacitaciones acerca de la atención al cliente y las habilidades comunicativas y crear así vínculos placenteros con los clientes. Para concluir, el personal que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo no brinda una atención al cliente que sea satisfactoria.

Palabras claves: atención al cliente, habilidades comunicativas.

ABSTRACT

The following research project was developed at Glass Straightening and Painting workshop located in Otavalo city, which dedicates to the maintenance and restyling of any type of vehicles. Currently, the treatment and customer service provided by the workshop is not adequate because both the operational staff and the general manager do not have a clear idea about how a customer should be attended and treated. Therefore, the main purpose of this research is to develop and implement a supported manual to strengthen customer service and communication skills. The previous mentioned abilities are managed by all workers who labor in the mentioned workshop. The type of research was a field research, it helped to obtain real and concrete data and information. The applied techniques and instruments to data collection were the observation form, which was carried out within the Straightening and Painting Glass workshop. Also, a survey that was applied to customers of the workshop. These data were processed and tabulated in graphs. Among the most relevant results of the surveys, it was possible to identify that customers want that workers of the Straightening and Glass Painting Workshop to constantly receive training on customer service and communication skills. It helps to create pleasant relations with the customers. To conclude, the staff working at Straightening and Glass Painting Workshop in Otavalo city does not provide satisfactory customer service.

Key words: customer service, communication skills.



INDICE DE CONTENIDO

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	ii
CONSTANCIAS	iii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	viii
INDICE DE TABLAS	xiii
INDICE DE GRÁFICOS	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
1. MARCO TEÓRICO	3
1.1. ATENCIÓN AL CLIENTE	3
1.2. Concepto de cliente	3
1.1.2. Principios en la atención al cliente	3
1.1.3. Importancia de la atención al cliente	4
1.1.4. Elementos de la atención al cliente	4
1.1.5. Factores claves para la atención al cliente	4
1.1.6. Calidad en la atención al cliente	5
1.1.7. Normas de calidad en la atención y servicio al cliente	5
1.1.8. Diez mandamientos de la atención al cliente	6
1.1.9. Tipos de cliente	6
1.1.10. Proceso en la atención al cliente	7
1.1.11. Paso principal en la atención al cliente	7
1.1.12. Atención y necesidades del cliente	8
1.1.13. Tratamiento de quejas	8
1.1.14. Medios para efectuar quejas, felicitaciones o sugerencias	8
1.1.15. Inteligencia emocional	9

1.1.16.	Relaciones humanas	9
1.2.	HABILIDADES COMUNICATIVAS	9
1.2.1.	Importancia de las Habilidades Comunicativas	10
1.2.2.	Habilidades del lenguaje	10
1.2.3.	Habilidades verbales de recepción	10
1.2.4.	Habilidades verbales de emisión	11
1.2.5.	Comunicación	11
1.2.6.	Características de las habilidades comunicativas	11
1.2.7.	Componentes de la comunicación	12
1.2.8.	Tipos de comunicación	12
1.2.9.	Comunicación verbal	13
1.2.10.	Comunicación no verbal	13
1.2.11.	Comunicación interna y externa	13
1.2.12.	La comunicación con los clientes	14
1.2.13.	Habilidades comunicativas básicas	14
1.2.14.	Comunicación asertiva	14
1.2.15.	Comunicación exitosa	15
	CAPITULO II	16
2.	METODOLOGÍA	16
2.1.	Tipos de investigación	16
2.1.1.	Investigación de Campo	16
2.1.2.	Investigación Exploratoria	16
2.1.3.	Investigación Descriptiva	16
2.1.4.	Investigación Bibliográfica	16
2.2.	Técnicas e Instrumentos de investigación	17
2.2.1.	Ficha de Observación	17
2.2.2.	Encuesta	17
2.3.	Matriz de operacionalización de variables o matriz diagnóstica.....	17
2.4.	Participantes	18
2.5.	Muestra	18

2.6. Procedimiento y análisis de datos.....	18
CAPÍTULO III.....	19
3. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	19
3.1. Análisis e interpretación de resultados de la Ficha de Observación en.....	19
3.2. Análisis e interpretación de resultados de encuestas	21
CAPÍTULO IV.....	25
4. PROPUESTA.....	25
4.1. Título de la propuesta	25
4.2. Justificación e Importancia.....	25
4.3. Objetivos.....	26
4.3.1. Objetivo General.....	26
4.3.2. Objetivos Específicos.....	26
4.4. Ubicación geográfica y física	26
4.5. Desarrollo de la propuesta	27
INTRODUCCIÓN	29
UNIDAD I	30
UNIDAD II	50
CONCLUSIONES	58
RECOMENDACIONES.....	59
IMPACTOS	60
Impacto social	60
Impacto educativo.....	60
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	61
BIBLIOGRAFÍA	63
ANEXOS	67

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Población</i>	18
Tabla 2 <i>Ficha de Observación</i>	19
Tabla 3 <i>Pregunta 1</i>	21
Tabla 4 <i>Pregunta 2</i>	21
Tabla 5 <i>Pregunta 3</i>	21
Tabla 6 <i>Pregunta 4</i>	22
Tabla 7 <i>Pregunta 5</i>	22
Tabla 8 <i>Pregunta 6</i>	22
Tabla 9 <i>Pregunta 7</i>	23
Tabla 10 <i>Pregunta 8</i>	23
Tabla 11 <i>Pregunta 9</i>	23
Tabla 12 <i>Pregunta 10</i>	24

INDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1. <i>Ubicación geográfica y física del Taller de Enderezada y Pintura Glass</i>	26
Ilustración 2. <i>Líder de una organización. Elaboración propia</i>	30
Ilustración 3. <i>Personal Operativo de una organización. Elaboración propia</i>	31
Ilustración 4. <i>Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo. Edit. Tatiana Haro</i>	32
Ilustración 5. <i>El cliente es primero.</i>	33
Ilustración 6. <i>Una personal con valores es lo ideal.</i>	33
Ilustración 7. <i>El respeto hacia los demás.</i>	34
Ilustración 8. <i>Como ser activos y cordiales en el trabajo.</i>	34
Ilustración 9. <i>Clave para que un taller mecánico funciones.</i>	34
Ilustración 10. <i>Educar en valores.</i>	34
Ilustración 11. <i>No juzgues a los demás</i>	35
Ilustración 12. <i>Exitosa atención al cliente.</i>	35
Ilustración 13. <i>Clientes internos.</i>	36
Ilustración 14. <i>Cliente externo</i>	36
Ilustración 15. <i>Trato preferencial a los clientes.</i>	38
Ilustración 16. <i>Bases para la atención al cliente.</i>	38
Ilustración 17. <i>Los clientes. Elaboración propia</i>	39
Ilustración 18. <i>Buena atención al cliente.</i>	39
Ilustración 19. <i>Mala atención al cliente.</i>	39
Ilustración 20. <i>Clientes complacidos.</i>	40
Ilustración 21. <i>Clientes satisfechos.</i>	40
Ilustración 22. <i>Clientes insatisfechos.</i>	40
Ilustración 23. <i>Proceso de la atención al cliente.</i>	41
Ilustración 24. <i>Éxito en la atención al cliente.</i>	42
Ilustración 25. <i>Quejas de clientes.</i>	44
Ilustración 26. <i>Reclamos de los clientes.</i>	44
Ilustración 27. <i>Interactuar entre individuos.</i>	50
Ilustración 28. <i>Escribir apuntes</i>	50
Ilustración 29. <i>Leer relaja</i>	50
Ilustración 30. <i>Escucha activa.</i>	51

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se realizó en el Taller de Enderezada y Pintura Glass, ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura. El tema central de esta investigación es acerca de la problemática y el déficit que existe en la atención al cliente y las habilidades comunicativas dentro del taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo.

El Taller de Enderezada y Pintura Glass es una pequeña empresa dedicada al mantenimiento y remodelación de automóviles de todo tipo. Fue creada el 11 de enero del 2007, por iniciativa del señor Raúl Haro, actual gerente propietario del taller.

Esta pequeña empresa cuenta con trece años en funcionamiento; hoy en día trabajan nueve personas, ocho como personal operativo y una persona en el cargo de gerente.

Se analiza la problemática que enfrenta tanto el personal operativo como el gerente propietario del Taller de Enderezada y Pintura Glass; acerca de la mala atención al cliente y las habilidades comunicativas que existen.

Se ha podido observar que el trato y la comunicación que existe hacia los clientes no son los adecuados para interactuar y brindar un servicio al cliente; por consiguiente, esto hace que el personal operativo y el gerente propietario no afronten y resuelvan de manera adecuada las necesidades que los clientes exigen.

En sus inicios el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo, manejaba y se mantenía en una buena popularidad en la eficiencia y eficacia de la prestación de sus servicios, pero con el paso de los años ha existido un gran número de clientes insatisfechos en cuanto a la atención y el trato que brinda el mismo taller.

Actualmente, los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo se han visto inconformes en cuanto al trato que reciben por parte del personal operativo; y a la vez han manifestado que el tipo de comunicación y las habilidades comunicativas que cada una de las personas que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass no es la apropiada para dirigirse a un cliente.

El personal que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass no se enfoca en brindar una atención al cliente que sea exitosa en todo el sentido de la palabra; sino al contrario, realizan muchas veces su trabajo con desinterés y manejando una comunicación y lenguaje inadecuado con sus clientes.

Cabe destacar también que las habilidades comunicativas van de la mano con la atención al cliente, mismas que todo el personal del taller deberían adoptar y manejar acorde a su tipo de labor. Teniendo en cuenta los conocimientos necesarios, porque un cliente satisfecho genera rentabilidad para un negocio y equipo.

Además, el vocabulario empleado y utilizado por el personal operativo genera una falta de respeto para sus clientes.

La motivación principal de esta investigación es porque hoy en día no se le da un enfoque importante a la atención al cliente dentro de los talleres mecánicos, y no siendo que juega un papel fundamental, no solo dentro de una empresa sino también en los negocios o talleres de emprendimiento que están encaminados a generar un recurso económico.

Es por ello, que el propósito de esta investigación es mejorar la atención al cliente y las habilidades comunicativas por parte del personal que labora dentro del Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo y así consolidar el trato y la comunicación con sus clientes.

Para estructurar el marco teórico se utilizó la investigación bibliográfica, misma que nos ayudó para realizar el levantamiento de información y los lineamientos conceptuales de nuestra problemática. En este primer capítulo se dio selección a las temáticas más importantes que sean de ayuda para sustentar, comprender y desarrolló este plan de investigación.

La metodología que se utilizó en este plan de investigación fue de campo, en la que se aplicó una ficha de observación en el lugar de los hechos para obtener datos e información verídica de la problemática existente. Además de la investigación exploratoria, descriptiva y bibliográfica.

Además, se aplicó un tipo de encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass.

Con los resultados obtenidos de la encuesta, se pretende implementar un manual de apoyo en atención al cliente y habilidades comunicativas para dar solución a la problemática actual.

Con este manual de apoyo se procura tener un impacto social, el personal del Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo se relacionarán de mejor manera con los clientes, consiguiendo aceptación y fidelización de más clientes. Indirectamente el comportamiento de todo el personal que labora en el taller y la calidad de vida mejorará, fomentando valores dentro del Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. ATENCIÓN AL CLIENTE

Toda empresa, institución o cualquier tipo de negocio, sea este público o privado, tiene la obligación de ofrecer atención al cliente de calidad.

La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes (Torres, 2010, pág. 104).

Por lo tanto, se puede definir como actividades que se desarrolla a la hora de satisfacer necesidades en los clientes; hoy en día la atención al cliente es una de las mayores características que le puede identificar a una empresa u organización por el trato y la adecuada comunicación que reciban de parte de la persona encargada de la atención al cliente.

1.2. Concepto de cliente

La palabra cliente tiene una gran variedad de conceptos basados bajo el criterio de un sin número de autores.

Según Bastos (2006, pág. 2). define al cliente como: “la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por y para el cual se crean productos en las empresas”.

El cliente es un individuo de vital importancia para todo tipo de negocio con fines de lucro, así como para toda empresa ya sea esta pública o privada; es por ellos que las empresas se crean con el fin de obtener clientes y satisfacer sus necesidades o deseos.

1.1.2. Principios en la atención al cliente

Para comprender el rol fundamental de un cliente se presentan siete principios.

Según (Albrecht & Lawrence, 2004). menciona que un cliente es la parte más importante de cualquier tipo de organización, empresa u institución, un cliente no depende de nosotros; nosotros dependemos de él. Un cliente no es una interrupción de nuestro trabajo. Es un objetivo. Un cliente es una parte esencial de nuestro negocio; no es extraño. Un cliente no es sólo dinero en la registradora. Es un ser humano con sentimientos y merece un trato respetuoso. Un cliente merece la atención más comedida que podamos darle. Es el alma de todo negocio (pág.19).

El cliente es una pieza clave y el activo más valioso que posee todo tipo de negocio que presta y ofrece bienes o servicios, debido a que, gracias a él, la existencia del negocio está en funcionamiento; es necesario que las empresas traten respetuosa y gentilmente a los clientes si

se desea mantener con el negocio en el mercado, porque el cliente no depende de la empresa, sino que la empresa depende del cliente.

1.1.3. Importancia de la atención al cliente

La importancia de la atención al cliente dentro de una empresa o negocio va prevaleciendo día tras día, es por ello que el trato y la comunicación con los clientes debe ir fortaleciéndose.

El éxito de la empresa no depende solamente de los negocios que haga, sino de que los visitantes se sientan satisfechos de los servicios que reciben, lo cual les estimulara a convertirse en clientes permanentes. De allí nace la importancia que tiene para la empresa el cliente, al cual la secretaria debe atender en representación del jefe y la compañía (Sevilla, 2010, pág.7).

El cliente es el corazón y alma de una empresa, entidad o institución; es la pieza más importante a la hora de implantar un producto o servicio al mercado, porque antes de pensar en las ganancias, se piensa cuáles son las necesidades que el cliente desea para poder sacar al mercado un producto o servicio.

1.1.4. Elementos de la atención al cliente

Para mantener y llevar a cabo una adecuada atención al cliente es necesario poner en marcha cuatro elementos fundamentales, como lo es: el entorno, la organización, empleados y la orientación al cliente.

(Sánchez, 2014). menciona que cuando un cliente está de visita en cualquier empresa u organización, está en todo el derecho de recibir una atención adecuada y eso depende de cuatro factores:

- **El entorno**

Lo componen, los elementos físicos (materiales) y su acondicionamiento: aparcamientos, edificios, accesos, salada de acogida o de visitas, mobiliario, condiciones físicas de las que depende el confort (limpieza, iluminación, temperatura, música ambiental, etcétera).

- **La organización**

Entendemos por “organización” el conjunto de componentes empresariales (tangibles e intangibles) que se ponen en juego en el momento de atender a la clientela.

- **Los empleados**

El elemento personal como factor imprescindible de la relación con los clientes. La atención que se dispensa puede eclipsar o potenciar otros elementos como el entorno o la organización.

- **La orientación al cliente**

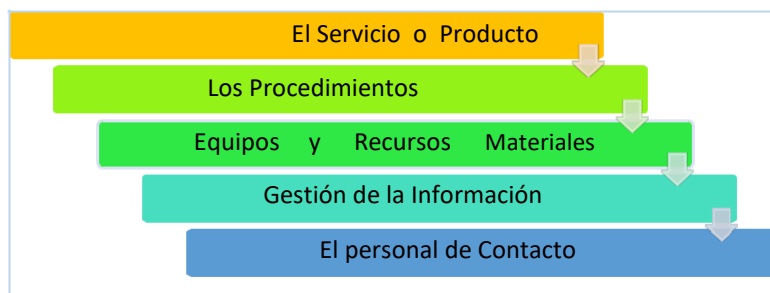
La empresa debe aspirar a que sus productos cubran de manera satisfactoria las necesidades de los consumidores, ofreciéndoles el mejor de los servicios. El cliente merece toda nuestra atención (pág. 109-110).

En la atención al cliente hay que tener en cuenta cuatro elementos, primero es el entorno, es decir el espacio físico, mismo que tiene que ser acogedor, limpio y que tenga buena presencia. Segundo es la organización, equipo de trabajo y componentes materiales que ayudan a brindar una atención al cliente de calidad. Aquellos componentes que entran en juego en la atención al cliente es la comunicación y los medios que se utilizan para llevarla a cabo; además de los empleados. Por último, se debe mantener un ambiente emocional positivo y con buenas vibras.

1.1.5. Factores claves para la atención al cliente

La persona que de cierta manera evalúa el rendimiento y la calidad de un servicio o producto es el usuario en base a la utilización de factores que conlleven a la eficiencia de un servicio.

El gran reto que tienen hoy en día todas las organizaciones, sean públicas o privadas, es conseguir que el cliente o ciudadano en el caso de las administraciones se sienta satisfecho y que sus necesidades estén cubiertas. La fidelización y calidad en la atención a clientes y usuarios es una mezcla de cinco factores o elementos que, unidos, conforman el éxito y que, si uno solo de ellos falla, el usuario percibirá que la calidad del servicio no es la apropiada (Villa, 2014).



Nota: Elaboración propia. **Fuente:** Manual de atención al cliente y usuarios

Al factor que se le hace más énfasis y el más importante es el de Personal de Contacto, ya que es el departamento o en si la persona obligada a mantener un ambiente positivo y de responsabilidad para dar servicio a los clientes en sus necesidades cotidianas.

1.1.6. Calidad en la atención al cliente

Para conseguir evaluar, controlar y mantener la calidad en la atención al cliente es esencial que exista una continua retroalimentación.

Todo sistema de calidad en la atención al cliente se implanta para asegurar que se cumplan las políticas de calidad total de la organización y debe tener en cuenta el servicio que se va a suministrar al cliente y el proceso de entrega del servicio al cliente (Pérez, 2010, pág. 25).

El servicio que se va a ofrecer al cliente tiene que ser de calidad; para ello se constituye un sistema que acoja las necesidades que el cliente desea, acorde a las políticas de la empresa y del servicio o producto que se ofrezca. Esto es por saber cuáles son las posibilidades y perspectivas que tiene el cliente y espera de la empresa.

1.1.7. Normas de calidad en la atención y servicio al cliente

No solo una simple sonrisa y manejar una comunicación acorde a la situación que se presente es necesario para una adecuada atención al cliente, sino también brindar información relevante, verídica y que el cliente confíe en la información.

Según (Prieto, 2014, pág. 17). menciona que las personas encargadas de la atención al cliente, únicamente se basan y piensan en brindar una sonrisa y así satisfacer las necesidades del cliente y mas no piensan en ofrecer información de calidad. Los puntos básicos para implantar normas de calidad en la atención y servicio al cliente es definir de manera específica que se entiende por calidad en el servicio. Para ello se debe valorar y establecer normas que permitan satisfacer las necesidades del cliente y establecer características humanas y las actitudes

necesarias para prestar un servicio de calidad; antes de establecer las normas, debe definir los objetivos y aplicaciones que se esperan alcanzar al ejecutarlas.

Para establecer y brindar una atención al cliente se debe identificar características y actitudes de los usuarios, aquellos que necesitan del servicio; observar y analizar la problemática que exista en cuanto atención y si en caso lo haya, para fijar normas y las medidas correctivas de atención al cliente se debe tener antes en consideración los objetivos y metas a alcanzar.

1.1.8. Diez mandamientos de la atención al cliente

A un cliente se le debe transmitir confianza, brindarle información real y verídica, y resolviendo sus inconvenientes o inquietudes a la brevedad posible.

Najul (2011). manifiesta que está comprobado que más del 20% de las personas que desisten de comprar un producto o servicio, lo hacen debido a fallas de información o de la atención no adecuada cuando se interrelacionan con el capital humano. Los diez mandamientos de la atención al cliente para que exista calidad a la hora de vender productos u ofrecer servicios.

- El cliente por encima de todo.
- No hay nada imposible cuando se quiere.
- Cumplir todo lo que se prometa.
- Solo hay una forma de satisfacer al cliente.
- Para el cliente, la empresa marca la diferencia.
- Fallar en un punto significa fallar en todo.
- Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.
- El juicio sobre la calidad de servicios lo hace el cliente.
- Por muy bueno que sea un servicio siempre puede mejorar.
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo.

Para mantener y fidelizar clientes, es necesario tener presente que ellos están, antes que nada; para satisfacer a los clientes se logra conociendo muy bien a cada cliente y enfocándonos en sus necesidades. Aquellas personas que tienen contacto directo con los clientes tienen una gran responsabilidad, pueden hacer que éste regrese o que jamás vuelva estar en constante innovación, mejorando tanto con los objetivos empresariales y personales de los clientes.

1.1.9. Tipos de cliente

Existen diversos tipos de clientes y no únicamente en base a la personalidad y carácter de cada persona, sino también basados en el tipo de producto o servicio que ofrezca un negocio u empresa.

Según (Viólan, 2016). menciona que los tipos de clientes se determinan por factores como la personalidad, el carácter, las expectativas con respecto al producto y la manera en que toman decisiones.

La lista de perfiles de clientes más habituales podría resumirse así:

- **Cientes apóstoles:** son aquellos que manifiestan el más alto nivel de compromiso con la marca, los productos y el negocio en general.
- **Cientes fieles:** son clientes que nunca nos fallan, aunque no manifiesta de forma tan cierta su compromiso con la marca.
- **Cientes indiferentes:** este grupo de consumidores se caracteriza por tener una actitud neutral hacia un producto; no sienten ni atracción ni rechazo hacia lo que les ofrecemos.

- **Clientes rehenes:** su característica principal es que, aun cuando no están del todo contentos con la marca, permanecen ligados a ella.
- **Clientes mercenarios:** son lo que no priorizan la calidad del producto ni sus características, sino más bien las condiciones en las que este se ofrece.
- **Clientes potenciales desertores:** la relación de estos clientes hacia el producto generalmente está atravesada por situaciones negativas o insatisfactorias (pág. 35-36).

La clasificación de clientes es muy variada ya que se puede definir a los mismos por diferentes aspectos como: la personalidad, carácter, y preferencia de productos basado en su calidad u origen. Así como existen clientes que exigen que se les ofrezca lo mejor, hay algunos otros que no les importa esto; quizás por el recurso económico o tal vez porque la calidad del producto no representa la menor relevancia en su utilidad.

1.1.10. Proceso en la atención al cliente

La atención al cliente se desarrolla mediante un proceso, que no siempre va a darse en todos los casos, estos varían dependiendo de la empresa o la atención que manejen.

Según (Carvajal, Ormeño, & Sanz, 2019). manifiesta que los clientes son cada vez más exigentes; no se interesan solo en el precio y calidad de un producto o servicio, sino en aspectos como la comodidad de la compra, la rapidez del servicio y el trato personalizado que reciben. El proceso de atención al cliente empieza con el primer contacto, en el cual el comprador y potencial cliente acuden a la empresa con una serie de expectativas. Es muy importante en esta fase, la de la acogida, que la primera impresión que le cause tanto la empresa como la persona que le está atendiendo sea extraordinaria. Para brindar información se debe obtener la información más precisa posible y el objetivo es la resolución de las necesidades y lograr su fidelización para que pase de ser comprador a ser cliente (pág. 11).

En la actualidad los clientes o usuarios siempre esperan más de lo que les pueda ofrecer una empresa; ahora los aspectos que son tomados en cuenta es la rapidez con la que se les atiende, la actitud y el nivel de importancia que tiene para la empresa o entidad. Una atención adecuada se consigue cuando la persona encargada de la atención tiene conocimiento claro y amplio de lo que está vendiendo u ofreciendo, poseer facilidad de palabra y poder de persuasión.

1.1.11. Paso principal en la atención al cliente

Toda persona que compre o se satisfaga de un bien o servicios es merecedora de una trato cordial y respetuoso.

Según (Muñoz I. , 2015). menciona que el saludo es un rito social que se expresa en gestos, miradas y palabras, tiene mucha importancia porque suele ser el primer contacto que se produce entre dos personas, lo ideal es que nuestro saludo demuestre interés, firmeza y cordialidad.

Con el apretón de manos se pueden transmitir tres actitudes:

- **Actitud de dominio:** cuando se da la mano de forma que la palma queda hacia abajo se está transmitiendo a la persona el siguiente mensaje: “tengo el control de la situación”.
- **Actitud de sumisión:** se produce cuando se da la mano de forma inversa a la anterior. Es decir, la palma hacia arriba es inútil cuando se desea ceder el control de una situación o hacer sentir al otro sujeto que no deseamos quitarle el mando.
- **Actitud de igualdad:** es un apretón de manos verticales, en el que cada uno transmite al otro un sentimiento de respeto y de simpatía (pág. 65).

Una acción importante es la manera de saludar al cliente ya sea cordial, segura o firmemente. El saludo, por lo general, es la primera muestra de elemental cortesía que ofrecemos cuando se

nos presenta a alguien, ingresamos a un lugar, o nos encontramos con un familiar, un amigo o un simple conocido. La forma de apretar las manos es tomada muy en cuenta, ya que esta transmite diferentes emociones como el control, confianza, la simpatía y el respeto.

1.1.12. Atención y necesidades del cliente

Atender a un cliente no solo significa entablar una comunicación, sino saber identificar las necesidades que el cliente requiere.

García M. J. (2014, pág. 14). manifiesta que “aquel servicio que proporcionan las empresas a sus clientes es la atención que brindan a los usuarios, la atención puede realizarse a través de diferentes medios: presencial, telefónico, on-line, etc., siempre tratando de adaptarse a las necesidades de los clientes”.

Un cliente siempre está a la espera de recibir y satisfacer a la comodidad que le sea posible, buscando las mejores alternativas y las personas indicadas que les permitan salir de apuros. Actualmente, la atención al cliente no solo se ejecuta personalmente sino con los diferentes medios electrónicos como es el teléfono celular, el correo electrónico y la red.

1.1.13. Tratamiento de quejas

Atendiendo quejas y reclamos con la mejor de las actitudes a clientes insatisfechos, se puede lograr que por lo menos unos que otros clientes vuelvan a confiar en el trabajo que se presta.

Según (Muñoz M. , 2017). indica que “la importancia del tratamiento de las quejas se ve en la relación que se quiera establecer con el cliente. Es decir, dependiendo del tratamiento que se dé a sus quejas, mostrará una actitud determinada hacia la empresa”.

Para el tratamiento de quejas se debe mantener la calma, y recurrir al dialogo exponiendo de ambas partes sus molestias y dando paso a un acuerdo en donde ambas partes queden satisfechos con la decisión tomada.

1.1.14. Medios para efectuar quejas, felicitaciones o sugerencias

Para efectuar quejas o sugerencias, se debe poner en práctica mecanismos que estén al alcance y accesibilidad de los clientes.

Según (Fernández & Rico, 2010). menciona que en la actualidad existen una serie de medios que, en general, la mayoría de las empresas utilizan y ponen a disposición de los clientes para que puedan efectuar una queja, reclamación, sugerencia o felicitación. Estos medios son la línea telefónica para atención al cliente con gratuidad de la empresa, ya que reciben una respuesta inmediata. A través de la dirección de correo electrónico o página web de la empresa, buzón de sugerencias de la empresa, que es la fórmula menos utilizada, pero si se utiliza como buzón de reclamaciones, es una solución para el cliente y será menos reacción al utilizarlo, escrito, pensando directamente en la empresa o a través del servicio de correos (pág. 37).

Como la tecnología ha ido evolucionando y consigo también la manera y los medios de realizar un reclamo o queja a una empresa, entre estas pueden estar; el teléfono celular que brinda una comunicación indirecta y de fácil acceso y es una de las maneras de recibir la atención con más

rapidez, otra de las opciones con los correos electrónicos, o páginas web en el aspecto virtual. Y en el aspecto físico pueden ser las cartas o buzón de reclamaciones.

1.1.15. Inteligencia emocional

El proceso de información emocional en nuestra ambiente ayuda a identificar los diferentes cambios de conducta y actitudes de los diferentes individuos.

Según (Salovey & Mayer, 1997) define la inteligencia emocional como: “la capacidad para percibir, valorar y expresar emociones con exactitud, la capacidad para comprender las emociones y la capacidad para regular las emociones promoviendo el crecimiento personal e intelectual (pág.3).

La inteligencia emocional es la capacidad de procesamiento de la información emocional que sirve para adaptar nuestra conducta y procesos mentales a una determinada situación, cuando mayor capacidad tengamos de resolver este tipo de problemas, mayor inteligencia emocional tendremos.

1.1.16. Relaciones humanas

Es el contacto que se mantiene con dos o más personas sea directa o indirecta, en esta interacción cada uno desea satisfacer sus necesidades.

Según (Orozco, 2006) menciona que: “las relaciones humanas son el contacto de un ser humano con otro respetando su cultura y normas, compartiendo y conviviendo como seres de un mismo género en una sociedad (pág. 1).

Como antes menciona es la interacción entre personas, la aceptación personal y las de los demás; es decir si yo me acepto como persona con defectos y virtudes podre aceptar a los demás y los que me rodean.

1.2. HABILIDADES COMUNICATIVAS

Las habilidades comunicativas a medida que va creciendo el ser humano se van desarrollando con mucha más destreza y coherencia.

Según (Segura, 2016). menciona que: “las habilidades o competencias comunicativas se entienden como un conjunto de procesos lingüísticos que se desarrollan durante la vida, con el fin de participar con eficiencia y destreza, en todas las esferas de la comunicación y la sociedad humana”.

Las habilidades humanas son el escuchar, hablar, escribir y leer; estas habilidades se las va aprendido en el transcurso de la vida, mismas que nos ayudan a interactuar y relacionarnos con más personas de nuestro medio, compartiendo opiniones y criterios de diversas indoles.

1.2.1. Importancia de las Habilidades Comunicativas

La importancia de las habilidades comunicativas es trascendental en el vínculo con la sociedad, estos procesos lingüísticos han ayudado a que el ser humano pueda convivir con otro en un mismo espacio.

La importancia de una serie de habilidades comunicativas para el éxito de una empresa u organización, tales como, el saber escuchar, la comunicación verbal y no verbal, la apertura en la comunicación, el dar y recibir feedback, el impacto de la comunicación en la satisfacción, el compromiso con la empresa y la productividad (Varona, 2008).

La comunicación marca el éxito de una empresa debido a su importancia, conjuntamente con personal capacitado en comunicación verbal y no verbal, pero sobre todo que sepa escuchar y entender al cliente, para poder saber cuáles son sus necesidades y lograr satisfacerlas.

Aquí radica el compromiso y la productividad de la empresa.

1.2.2. Habilidades del lenguaje

Las habilidades del lenguaje hacen que la comunicación sea más efectiva porque podemos expresar lo que sentimos, pensamos y queremos.

(Segura, 2016). dice que: “Las habilidades del lenguaje son: hablar, escuchar, leer y escribir. A partir de ellas, nos desenvolvemos en la cultura y la sociedad, y a través de su desarrollo, nos volvemos componentes comunicativamente”.

Las destrezas de ser humano son hablar, escuchar, leer y escribir. Lo que los hace entes capacitados para poder comunicarse abiertamente entre sí. Sin dar una mala interpretación a lo transmitido.

1.2.3. Habilidades verbales de recepción

Las habilidades verbales de recepción se subdividen en:

- Escuchar:

Según (Zamora, 1981). indica que “escuchar proviene del latino “auscultare”, que significa “aplicar el oído para oír”, “prestar atención a lo que se oye”. Escuchar es recibir el mensaje emitido por el hablante, comprometerlo y reaccionar ante él”.

- Leer:

Según (Raffino, 2019). manifiesta que “leer es situarnos frente a un texto escrito y decodificar el mensaje que nos quiere transmitir el autor. Leer no es solo reproducir un texto en sonidos, sino es una actividad de interacción”.

Las habilidades de recepción es escuchar, quiere decir es saber recibir el mensaje prestando la mayor atención posible y al leer que es poder interpretarlo con habilidad.

1.2.4. Habilidades verbales de emisión

Las habilidades verbales de emisión se subdividen en:

- Hablar:

Según (Raffino, Concepto de "Habla", 2019). manifiesta que “la palabra habla proviene del vocablo latín fabula, que hace referencia a la facultad de hablar, propia del ser humano. Esta es una facultad que las personas comienzan a desarrollar paulatinamente, ampliando su vocabulario en el trascurso de la niñez”.

- Escribir

Según (MX, 2018). define “escribir es la acción de representar ideas mediante signos gráficos, sobre un soporte en particular”.

Las habilidades de emisión desarrolladas por el ser humano son hablar y escribir. Hablar es el arte de expresar con claridad y sentido lo que se quiere emitir, y escribir se define como la capacidad de interpretar ideas con signos gráficos.

1.2.5. Comunicación

La comunicación es fundamental para entenderse entre la sociedad y convivir en un ambiente ameno.

Según (Diez, 2010). manifiesta que “cada persona tiene diferentes opiniones y criterios acerca del concepto de comunicación; tal como que es un conjunto de procesos para entablar una conversación amena con una persona, a través de conjunto de signos o símbolos convencionales, por ambos conocidos”.

Se define de diferente manera dependiendo del criterio de cada persona, en esta se intercambian ideas entre dos o más personas, utilizando un lenguaje conocido por ambos y que sea entendible.

1.2.6. Características de las habilidades comunicativas

Dentro del ámbito empresarial la comunicación tiene un alto grado de importancia, ya que cada una de las personas deben saber que decir y a quien decir, analizando el momento y las palabras adecuadas, de esto dependerá que se cumplan los objetivos planteados.

Según (Riquelme, 2018). indica que en el ámbito empresarial es importancia y necesario estar al corriente de que decir, como y a quién decirlo, de aquí se desencadenan una serie de resultados que pudieran ser favorables o no, según la efectividad de la comunicación. Algunas características es el dominio de la expresión tanto oral como escrita, se basa en los valores como el respeto, la sinceridad y la confiabilidad. Comenta y comunica mensajes e información con exactitud, veracidad, confiabilidad y lógica. Perfecto dominio del idioma para la expresión y comprensión y además, permite el establecimiento de relaciones respetuosas y productivas mediante la valoración, el respeto mutuo, la cortesía y la solidaridad (pág. 58).

Para dar comienzo a una comunicación entre dos o más personas hay que saber dominar muy bien el lenguaje oral o escrito, en especial de parte del emisor, dominar el idioma que se utiliza

comúnmente y sobre todo ser respetuoso, sincero y transmitir confianza al receptor. La tecnología hoy en día ayuda a realizar comunicaciones a largas distancias y crear vínculos de amistad y negociación. Además, los valores éticos que dan lugar al establecimiento de relaciones respetuosas y productivas.

1.2.7. Componentes de la comunicación

La comunicación se define por varios componentes que logran crear vínculos y relaciones entre dos o más personas. Según (Fonseca & Del Socorro, 2005). dice: Que la mayoría de los autores han elaborado tipologías, cuyos elementos de categorización son los principales componentes que hemos analizado en el proceso de comunicación y que funcionan como variables en cada situación.

- **Emisor y receptor**
 - a) Intrapersonal: consigo mismo.
 - b) Interpersonal: entre dos personas.
 - c) Grupal: en un grupo pequeño (tres o más).
 - d) Pública: una persona a un grupo ante un público.
 - e) Masiva: una persona o un grupo hacia un número indeterminado de personas a través de diversos medios.
- **Medio**
 - a) Verbal: oral y escrita
 - b) No verbal: visual, auditiva, kinésica y artefactual.
 - c) Electrónica: los recursos que la tecnología permita para establecer comunicaciones con otros.
- **Mensaje**
 - a) Por el contenido: pública o privada.
 - b) Por el tratamiento: culta, estándar, coloquial y popular.
- **Contexto**
 - a) Formal: sujeta al orden, las normas.
 - b) Informal: es espontánea, más natural, de acuerdo con gustos (pág. 115-116).

1.2.8. Tipos de comunicación

Los tipos de comunicación se subdividen en cuatro:

Escudero (2017, pág. 41). que las comunicaciones en este caso se analizan según el lenguaje utilizado y el canal en que la percibe el receptor. La comunicación, en las actividades comerciales, cumple una función decisiva y generalmente, el mensaje se dirige a muchos receptores.

- a) Comunicación oral: se emplea el lenguaje hablado, la conversación personal directa o a través del teléfono.
- b) Comunicación escrita: las letras del abecedario son las más utilizadas, sin olvidar la utilización de signos y símbolos de matemáticas, física, etc.
- c) Comunicación corporal: es una comunicación no verbal que se transmite por medio de gestos corporales (cara, manos), el tacto o contacto físico.
- d) Comunicación-mix: son todas las que para su elaboración utilizan varios lenguajes o en la transmisión se ha empleado la mezcla de varios medios.

La comunicación oral, se expresa hablando personalmente o a través de algún medio de comunicación, ejemplo el teléfono; la comunicación escrita es aquella que se realiza mediante la escritura, utilizando símbolos o palabras que sean entendibles, por ejemplo, a través de oficios o cartas y que tengan un emisor y un receptor. La comunicación corporal es aquella que se manifiesta mediante gestos del cuerpo, representando o dando a entender actitudes positivas o

negativas; y, por último, la comunicación mixta es la mezcla o la utilización de diversos tipos de lenguajes, hablado, escrito o gestual.

1.2.9. Comunicación verbal

La comunicación verbal es aquella que se caracteriza por la interacción de varias personas a través de palabras o textos escritos.

El uso de las palabras para la interacción entre los seres humanos, el lenguaje propiamente dicho, expresado de manera hablada. Constituye un nivel primario de comunicaciones y se centra en “lo que se dice”. La base de este tipo de comunicaciones está en la utilización de conceptos (Ecured, 2012, pág. 87).

La comunicación verbal no es más que aquella que es verbalizada, sean estos en palabras habladas o escritas. Este tipo de comunicación se basa en lo que se dice individualmente o entre dos o más personas de un medio.

1.2.10. Comunicación no verbal

La comunicación no verbal se caracteriza por no hacer uso de palabras. Este tipo de comunicación se da haciendo uso de signos lingüísticos.

La comunicación no verbal se presta a múltiples interpretaciones, tienen particularidades propias de cada cultura, comprende el estudio de todos los signos no lingüísticos (gestos corporales y faciales, posturas, distancias, inflexiones de la voz y aspecto personal) y es inseparable del contexto en el que surge (Hernández & Rodríguez, 2010, pág. 124).

La comunicación no verbal es el proceso de comunicación en el que existe un envío y recepción de mensajes sin palabras, es decir, transmitir información mediante indicios, gestos y signos. No existe una estructura que indique como tiene que ser y por ende toca analizar en secuencias.

1.2.11. Comunicación interna y externa

La comunicación cumple un papel fundamental en todo negocio u empresa, es por ello que existen dos tipos de comunicación.

- **Comunicación interna:** según (Andrade, 2005). dice que es “conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados”.
- **Comunicación externa:** según (Andrade, 2005). indica que “es conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios”.

La comunicación interna es aquella que se da entre el personal que labora dentro de una empresa, efectuando buenas relaciones y a través de diferentes medios; la comunicación externa es aquella que se da fuera de empresa, lo que transmite a sus diferentes públicos.

1.2.12. La comunicación con los clientes

La comunicación con los clientes es la base para el buen funcionamiento de un negocio.

Según (Nava & Jiménez, 2005). manifiesta que “una adecuada comunicación con los clientes favorece que éstos cuenten con información del producto o servicio, y que se establezcan mecanismos para dar respuesta a sus preguntas y dudas”.

Una comunicación adecuada se brinda utilizando un lenguaje apropiado y entendible, para que tanto el emisor como el receptor puedan dar respuesta a sus necesidades o inquietudes.

1.2.13. Habilidades comunicativas básicas

Existen diversas formas de llevar una comunicación sana y cordial, una de las principales formas es el respeto y la responsabilidad al momento de emitir comentarios. Según (García J. , 2015). dice:

No hay que desanimarse si se tiene dificultades para comunicarte porque nadie nace experto. La comunicación, igual que otras competencias, se puede aprender y practicar.

Menciona algunas formas comunicativas básicas:

- **Escucha activa**

Significa escuchar activamente, es decir, con atención plena. En otras palabras, hay que prestar atención con los cinco sentidos.

- **Empatía**

En la comunicación eficaz, la empatía es importante para situarse en el lugar del otro. De hecho, la empatía es necesaria para convivir con los demás.

- **Lenguaje no verbal**

La postura corporal, el contacto visual o los gestos, es decir, el lenguaje no verbal también comunica.

- **Lenguaje verbal**

Es necesario ser claro, utilizar ejemplos concretos, tener una buena capacidad de improvisación, vocalizar correctamente, considerar los tiempos.

- **Leer y escribir**

Son importantes para comunicarnos. La lectura posibilita el desarrollo intelectual y, como función cognitiva, permite acceder a los avances tecnológicos, científicos y de la información. Es importante tener un buen dominio de la comunicación escrita (pág. 225-226).

Para comunicar se debe tener en cuenta que existen diversas habilidades que puede llevar a mantener una comunicación cordial y adecuada entre individuos. Una de las mejores opciones que se puede hacer para crear una comunicación entre dos o más personas es ser empático.

Ser respetuoso con los criterios y opiniones de cada persona, eso evita conflictos y malos entendidos; la clave en la comunicación no solo es entender y darse a entender, sino también generar confianza.

1.2.14. Comunicación asertiva

La comunicación es necesaria y la comunicación asertiva es más fluida y más sana, lo que a la vez ayuda a evitar conflictos al futuro.

Según (Mangione,2002) dice que: “la capacidad para expresar sentimientos, ideas, opiniones, creencias, en situaciones intrapersonales, de manera efectiva, directa, honesta y apropiada, sin que se genere agresividad o ansiedad (pág.119).

La persona asertiva tiene la habilidad para expresar emociones y pensamientos, facilitando actuar en contra de sus mejores interés y derechos, sin faltar a los intereses en derechos de los demás.

1.2.15. Comunicación exitosa

Para mantener una comunicación exitosa debe prevalecer el respeto hacia el cliente y sus puntos de vista, además de, entendimiento mutuo.

El éxito o efectividad de la comunicación depende del correcto entendimiento, la sintonía de las partes y de la consecución de los objetivos marcados. Es decir, el éxito de la comunicación consiste en que el receptor entienda cuál es el mensaje emitido por el emisor. Toda empresa ha de buscar la excelencia en la comunicación, que debe ser la meta de toda organización en materia de comunicación (Método, 2017, pág. 87).

La comunicación exitosa es cuando el emisor como el receptor captan y entienden el mensaje tal cual como se lo tenía que entender. El propósito de una buena comunicación es dirigirse y enfocarse en las personas, en su inteligencia, su responsabilidad, su iniciativa, su sentido del humor, y su capacidad de ser sensibles a las necesidades de los demás y sus propias necesidades.

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA

Metodología de investigación se denomina al proceso de investigación para alcanzar resultados válidos científicos.

2.1. Tipos de investigación

2.1.1. Investigación de Campo

Se aplicará este tipo de investigación para obtener información del lugar de los hechos, es decir, del Taller de Enderezada y Pintura Glass; referente a la atención que brindan actualmente a sus clientes. Esta información se obtendrá mediante las encuestas que se realizará a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, proporcionándonos datos relevantes.

2.1.2. Investigación Exploratoria

Este tipo de investigación se utilizará debido a que se centra en analizar e investigar aspectos concretos de la realidad del problema; por lo cual nos ayuda a analizar en profundidad el porqué de la ineficiencia y la mala atención al cliente y las habilidades comunicativas; y como esto llega afectar a los clientes.

2.1.3. Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación permitirá observar y describir el comportamiento que tanto el personal operativo como el gerente propietario del Taller de Enderezada y Pintura Glass manejan con su clientela. Además de los aspectos, características y actitudes que mantienen.

2.1.4. Investigación Bibliográfica

Este tipo de investigación se aplicó para el levantamiento de información, la cual permitió el marco teórico de forma científica y técnica, con la utilización de libros, artículos científicos y textos actualizados de diferentes autores en lo que compete a atención al cliente y habilidades comunicativas. Uno de los mayores libros que se utilizó fue de Baker, Jed E. 2003. Habilidades Comunicativa, Tercera Edición.

2.2. Técnicas e Instrumentos de investigación

Para este proyecto de investigación se utilizó los siguientes instrumentos de recopilación de datos:

2.2.1. Ficha de Observación

Se utilizó la ficha de observación para poder observar el comportamiento y percibir más de cerca la problemática que ocurre en el Taller de Endereza y Pintura Glass.

2.2.2. Encuesta

La encuesta permite y nos sirve para obtener datos relevantes que determinen la calidad de la atención al cliente y las habilidades comunicativas que maneja el Taller de Endereza y Pintura Glass a la hora de prestar sus servicios.

En este tipo de investigación se aplicó esta encuesta a:

- **Cientes del Taller de Endereza y Pintura Glass**

Esta encuesta fue dirigida a los clientes del Taller de Endereza y Pintura Glass del cantón Otavalo, misma que sirvió para el estudio de la problemática existente.

2.3. Matriz de operacionalización de variables o matriz diagnóstica

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACION
Determinar la importancia y los factores que inciden a la hora de servir y brindar atención al cliente.	Atención al cliente	-Atención al cliente -Factores claves para la atención al cliente -Mandamientos de la atención al cliente -Medios para efectuar quejas y reclamos	-Encuesta -Ficha de Observación	-Clientes del Taller de Endereza y Pintura Glass. -Taller de Endereza y Pintura Glass.
Identificar las habilidades comunicativas que presenta y cuenta el personal que labora en el taller de Endereza y Pintura Glass del cantón Otavalo.	Habilidades Comunicativas	-Habilidades comunicativas -Tipos de comunicación -Procesos de comunicación -Comunicación verbal y no verbal	-Encuesta -Ficha de Observación	-Clientes del Taller de Endereza y Pintura Glass. -Taller de Endereza y Pintura Glass

2.4. Participantes

Aquellas personas relacionadas con el Taller de Enderezada y Pintura Glass son la siguientes:

Tabla 1 Población

POBLACIÓN	NÚMERO
Gerente propietario del Taller de Enderezada y Pintura Glass	1
Personal operativo	8
Clientes	75
Total	84

Nota: Elaboración propia. **Fuente:** Investigación del autor, octubre 2019

La población investigada es tanto el personal operativo como también aquellos clientes fijos de sexo femenino y masculino del Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo. El rango de edad promedio es de los 18 hasta los 70 años de edad.

2.5. Muestra

En este proyecto de investigación no es necesario aplicar la fórmula para sacar el tamaño de la muestra, debido a que el número de población no excede a las 100 personas, sino al contrario cuenta con un total de 84 individuos.

2.6. Procedimiento y análisis de datos

Para obtener datos relevantes y verídicos de la problemática se aplicó 84 encuestas físicas a los clientes fijos del Taller de Enderezada y Pintura Glass, mismas que se realizaron en el lugar de los hechos en un tiempo determinado.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis e interpretación de resultados de la Ficha de Observación en:

Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo

Tabla 2 Ficha de Observación

Ficha de Observación		
Ficha	001	
Observador/a	Tatiana Elizabeth Haro Flores	
Lugar	Taller de Enderezada y Pintura Glass	
INDICADORES	SI	NO
El Taller de Enderezada y Pintura Glass cuenta con un entorno tanto físico y emocional adecuado para recibir a sus clientes.		X
El Taller de Enderezada y Pintura Glass dispone con mano de obra calificada para atender a los clientes, como por ejemplo una secretaria.		X
El Taller de Enderezada y Pintura Glass atiende a sus clientes como se lo merecen.		X
Realizan capacitaciones acerca de la atención al cliente y las habilidades		X
El lenguaje que utilizan tanto el personal operativo como el gerente propietario del Taller de Enderezad y Pintura Glass es el apropiado para dirigirse a sus clientes.		X
Ante el servicio que le brinda el Taller, los clientes quedan satisfechos.	X	
Los clientes realizan constantemente quejas y reclamos en cuanto a la atención y lenguaje que utiliza el personal que lo atiende.	X	
El Taller de Enderezada y Pintura Glass cuenta con algún manual que le ayude a mejorar día con día la atención al cliente y las habilidades comunicativas.		X
<p>OBSERVACIONES: lo que se ha podido observar es que el servicio que presta es muy bueno, pero en cuanto a la atención al cliente, se identificó que existen graves falencias al dirigirse al cliente, en la comunicación no existe un trato formal y cordial con los clientes sino un lenguaje informal y vulgar.</p>		

Nota: Elaboración propia. **Fuente:** Ficha de Observación en el Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019

Interpretación 1

El Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo no dispone de un lugar físico, donde pueda recibir a sus clientes.

Interpretación 2

No dispone de mano de obra calificada para atender y recibir a sus clientes, este cargo ocupa cualquier individuo del personal operativo.

Interpretación 3

Se observó que el personal operativo se enfoca únicamente en tratar de salir de apuros con los clientes y mas no de satisfacer las necesidades como es debido.

Interpretación 4

El Taller de Enderezada y Pintura Glass no realiza capacitaciones.

Interpretación 5

El lenguaje y la comunicación que existe entre el personal que labora en el taller de Enderezada y Pintura Glass y los clientes es erróneo, debido a utilizan vocabulario vulgar.

Interpretación 6

Se observo que el servicio que presta el Taller de Enderezada y Pintura Glass es muy bueno pero la atención y el trato que brindan a sus clientes es ineficiente.

Interpretación 7

Realizan quejas más por la atención y el trato que reciben por parte del personal operativo que por el servicio.

Interpretación 8

El Taller de Enderezada y Pintura Glass no cuenta con un manual de atención al cliente y habilidades comunicativas.

3.2. Análisis e interpretación de resultados de encuestas aplicadas a los clientes del:

Taller de Enderezada y Pintura Glass

1. ¿Considera que es importante brindar una buena atención al cliente?

Tabla 3 Pregunta 1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	75	100%
No	0	0%
Total	75	100%

Nota: Elaboración propia. **Fuente:** Encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019.

De las personas encuestadas, se obtuvo el cien por ciento que consideran que brindar una buena atención al cliente es importante, ya que si se trata al cliente como se lo merece quedará satisfechos y cumplirá con sus necesidades.

2. ¿El recibimiento y trato que le brindan los trabajadores del Taller de Enderezada y Pintura Glass es?

Tabla 4 Pregunta 2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	1	1%
Regular	53	71%
Mala	21	28%
Total	75	100%

Nota: Elaboración propia. **Fuente:** Encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019.

La mayor parte de clientes afirmaron que el trato que reciben por parte del personal que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass es regular; por otro lado, una pequeña parte de los clientes indican que el trato es malo.

3. ¿Según su criterio el tiempo de espera al ser atendido es el apropiado?

Tabla 5 Pregunta 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	20%
No	60	80%
Total	75	100%

Nota: Elaboración propia. **Fuente:** Encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019.

La gran mayoría de clientes indicaron que el tiempo para ser atendidos no es el adecuado, por lo que genera malestar en cada uno de los clientes que necesita a la brevedad posible que den solución a su necesidad o problema.

4. ¿Le transmite confianza algún miembro del personal del Taller de Enderezada y Pintura Glass cuando mantienen alguna conversación?

Tabla 6 Pregunta 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	2%
A veces	55	73%
Nunca	19	25%
Total	75	100%

Nota: Elaboración propia. Fuente: Encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019.

De las personas encuestadas una gran parte de los clientes indican que los miembros del Taller de Enderezada y Pintura Glass no les transmiten confianza, manifestaron que eso se debe a la falta de comunicación y empatía que tiene.

5. ¿Los trabajadores del Taller de Enderezada y Pintura Glass realizan su trabajo con responsabilidad y eficiencia al momento de prestar sus servicios?

Tabla 7 Pregunta 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	1	2%
A veces	58	77%
Nunca	16	21%
Total	75	100%

Nota: Elaboración propia. Fuente: Encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019.

La gran mayoría de los encuestados indican que los trabajadores del taller no realizan su trabajo con eficiencia por lo que esto provocarían una pérdida de clientes innumerable.

6. ¿La atención al cliente se debe manejar con un lenguaje sutil y apropiado?

Tabla 8 Pregunta 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	70	93%
No	5	7%
Total	75	100%

Nota: Elaboración propia. Fuente: Encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019.

Del cien por ciento, la mayoría de las personas indican que la atención al cliente debe ir encaminada con un lenguaje apropiado para tratar a los clientes y una comunicación que sea respetuosa y formal.

7. ¿Satisfacen sus necesidades los servicios que presta el Taller de Enderezada y Pintura Glass?

Tabla 9 Pregunta 7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	20%
No	60	80%
Total	75	100%

Nota: Elaboración propia. **Fuente:** Encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019.

De las personas encuestas, la gran mayoría indica que el Taller de Enderezada y Pintura Glass no satisface sus necesidades en su totalidad; manifestaron que el servicio que presta es muy bueno, pero en cuanto a la atención al cliente que brindan no es el que ellos esperan.

8. ¿Los miembros del Taller de Enderezada y Pintura Glass son respetuosos al momento de atender a un cliente?

Tabla 10 Pregunta 8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	20%
No	60	80%
Total	75	100%

Nota: Elaboración propia. **Fuente:** Encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019.

La mayor parte de los clientes encuestado indican que no todas las personas que trabajan en el taller son respetuosas, manifestaron que unas dos o tres personas hacen la diferencia y, además, indicaron que todos deberían ser respetuosos con todos.

9. ¿Ha realizado usted alguna vez alguna queja o reclamo al Taller del Enderezada y Pintura Glass?

Tabla 11 Pregunta 9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	40	53%
No	35	47%
Total	75	100%

Nota: Elaboración propia. **Fuente:** Encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019.

De las personas encuestadas, en su mayor número indicaron que si han realizado quejas por no ser atendidos como se lo merecen y una cantidad menor manifestaron que no han tenido la oportunidad de reclamar o quejarse por cómo han sido atendidos.

10. ¿Está de acuerdo que tanto el gerente propietario como el personal operativo reciban constantemente capacitaciones acerca de la atención al cliente y habilidades comunicativas?

Tabla 12 Pregunta 10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	60	80%
No	15	20%
Total	75	100%

Nota: Elaboración propia. **Fuente:** Encuesta a los clientes del Taller de Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019.

La gran mayoría de las personas encuestada indicaron que si es necesario que tanto el gerente general como el personal operativo debían recibir capacitaciones para que sepan cómo deben tratar y atender al cliente. Además, indicaron que la base para satisfacer a los clientes es la comunicación y todo el personal del Taller de Enderezada y Pintura Glass debe tomarse las cosas con más seriedad.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1. Título de la propuesta

Manual de atención al cliente y habilidades comunicativas para el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo.

4.2. Justificación e Importancia

Un manual de atención al cliente y habilidades comunicativas permite que el personal que labora dentro del Taller de Enderezada y Pintura Glass se relacione de la mejor manera entre sí y para con sus clientes.

Brindar una buena atención al cliente y contar con un adecuado manejo de habilidades comunicativas tiene que ser un factor elemental dentro del Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo.

Es por esto que mediante la investigación realizada se ha visto la necesidad de proponer e implementar un manual de apoyo que permita mejorar la atención al cliente y las habilidades comunicativas tanto del gerente general como del personal operativo del Taller de Enderezada y Pintura Glass.

La elaboración de este manual tiene como propósito fundamental hacer conocer que un cliente es la persona más importante de cualquier organización, empresa o negocios de emprendimiento porque generan beneficios económicos, sociales y profesionales.

Será de uso para todo personal que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass, ya que así identificarán como se debe atender a un cliente, cuáles son las funciones que cumple un gerente propietario y el personal operativo dentro de su área de trabajo; las expectativas que tiene en mente y como se debe manejar a un cliente.

Además, se provee que todo el personal del Taller de Enderezada y Pintura Glass mejore su vocabulario y aprenda a utilizar un tipo de lenguaje adecuado para cada situación que se presente y como debería ser la comunicación entre un cliente y la persona que atienda su necesidad.

La puesta en marcha de este manual permitirá que existan más afluencia de clientes satisfechos y también la fidelización de más clientes con el Taller de Enderezada y Pintura Glass.

4.3. Objetivos

4.3.1. Objetivo General

Elaborar un manual de atención al cliente y habilidades comunicativas dentro del Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo.

4.3.2. Objetivos Específicos

- Proporcionar técnicas de apoyo en atención al cliente que contribuyan en el mejor desempeño de todo el personal que laboran en el taller.
- Mejorar las habilidades comunicativas tanto del gerente propietario como del personal operativo para potenciar un mejor entendimiento con los clientes.
- Socializar el manual en el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo, enfocado en la atención al cliente y las habilidades comunicativas.

4.4. Ubicación geográfica y física

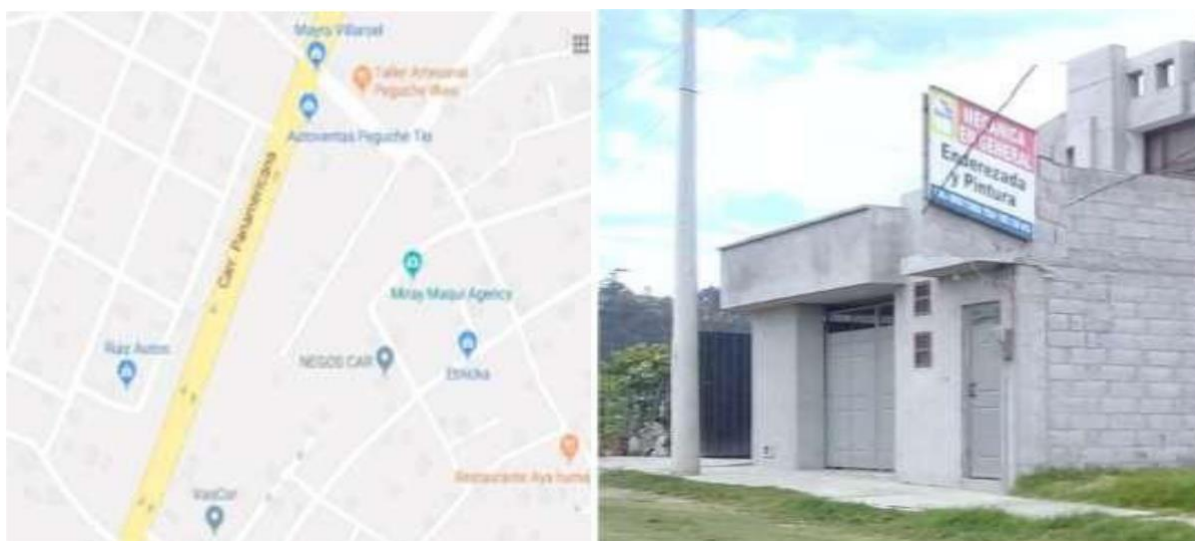


Ilustración 1 Ubicación geográfica y física del Taller de Enderezada y Pintura Glass. Tomado de Google Maps, Taller de Enderezada y Pintura Glass. Edit. Tatiana Haro, 2019.

4.5. Desarrollo de la propuesta



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

TEMA:

**MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y HABILIDADES COMUNICATIVAS DEL
TALLER DE ENDEREZADA Y PINTURA GLASS DEL CANTÓN OTAVALO.**



AUTORA:

TATIANA ELIZABETH HARO FLORES

OTAVALO, 2020

ÍNDICE DE CONTENIDOS

UNIDAD I

ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1.1. Descripción de funciones de un gerente y personal operativo
 - 1.1.1. El cliente
- 1.2. Tipos de clientes
 - 1.2.1. Tipos de clientes según sus perfiles
- 1.3. Atención al cliente
 - 1.3.1. Proceso básico para atender al cliente
 - 1.3.2. Atención al cliente por medio del teléfono
- 1.4. Tratamiento de quejas y reclamos
 - 1.4.1. Como atender quejas o reclamos
 - 1.4.2. Consejos para quejas y reclamos
- 1.5. Estrategias de aplicación para mejorar la atención al cliente

UNIDAD II

HABILIDADES COMUNICATIVAS

- 2.1. Habilidades comunicativas
- 2.2. Comunicación asertiva
- 2.3. Comunicación verbal y no verbal
- 2.4. Mejora tus habilidades comunicativas
- 2.5. Estrategias de aplicación para mejorar las habilidades comunicativas

INTRODUCCIÓN

El presente “MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y HABILIDADES COMUNICATIVAS” se desarrolló con el propósito de mejorar el servicio que presta el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo a toda la población e individuos que necesitan satisfacer sus necesidades; además, será de ayuda no solo para afrontar y superar las falencias que existen en la mala atención al cliente y la comunicación entre el gerente propietario y personal operativo con los clientes; sino también para que todo el personal que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass tenga conocimientos de lo importante que es brindar una adecuada atención al cliente y la manera correcta en la que se debe realizar.

Esta propuesta abarca algunos aspectos acerca de la función que cumple la persona que está a cargo de atender a un cliente, manifestando como debe comportarse dependiendo de la actitud y el pensamiento de cada ser humano. Además, de elementos importantes que el taller debe tomar en consideración y poner en práctica a la hora de dirigirse y atender a sus clientes.

Hace referencia a diversas estrategias que se debe tomar en consideración para potenciar la calidad en atención al cliente y habilidades comunicativas.

Contiene aspectos como quejas y reclamos de los clientes; como es la manera adecuada de dar solución y cuál es el lenguaje apropiado para manejar este tipo de situaciones.

Finalmente, habla acerca de las habilidades comunicativas, la comunicación verbal y no verbal; mismas que ayudaran a obtener una mejor comprensión y entendimiento entre el personal operativo que laboran en el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo para con los clientes.

UNIDAD I

1. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DE UN GERENTE Y SU EQUIPO DE TRABAJO; PERSONAL OPERATIVO

Gerente

Un gerente es aquel que está a cargo de liderar una organización, entidad o negocio; además, de guiar a un equipo de trabajo, designando y coordinando funciones en beneficio de la productividad y rentabilidad de una empresa.

PERSONAL	PERFIL	FUNCIONES
<p>Gerente</p> 	<p>Es aquella persona encargada de administrar toda una empresa; tiene la responsabilidad de dar cumplimiento a una serie de actividades empresariales a través de la planificación, organización, desarrollo, evaluación y control.</p> <p>Tiene que ser una persona visionaria y que busque el bienestar del equipo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Fija metas u objetivos para la empresa. -Cumple y hace cumplir actividades según una planificación. -Organiza y encomienda funciones o actividades para los diferentes empleadores. -Motiva, comunica y dirige a toda la empresa. -Tiene la potestad de tomar decisiones que sean de beneficio a la empresa.

Ilustración 2 Líder de una organización. Elaboración propia, octubre 2019.

Personal Operativo

El personal operativo es todo un equipo de trabajo que ayuda en el desarrollo y ejecución de tareas en la creación de servicios o productos de una empresa en particular.


PERSONAL	PERFIL	FUNCIONES
<p style="text-align: center;">Personal Operativo</p> 	<p>Todo el personal operativo de una empresa es el delegado de realizar y brindar un bien o servicio; además, son de suma importancia debido a que son los encargados de producir y ejecutar el producto o servicio, satisfaciendo necesidades de los consumidores.</p> <p>Las personas que ejercen esta labor son necesariamente importantes para que la empresa crezca empresarial y económicamente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Se centran en brindar el bien o servicio a que se dedica la empresa. -Capacitarse constantemente para mejorar el servicio que brinda. -Atención al cliente directa o indirectamente. -Verificar que el servicio prestado sea el correcto. - Controlar y supervisar que este ejecutado bien el trabajo.

Ilustración 3 Personal Operativo de una organización. Elaboración propia, octubre 2019.

En toda empresa o negocio con fines de lucro, siempre debe existir un líder que dirija tanto al personal humano como los bienes materiales que se ponen a disposición para satisfacer las necesidades de los consumidores, en este caso son los clientes.

La empresa no solo depende de un líder, sino también de un equipo de trabajo que colabore en el bienestar y ayude también en el cumplimiento de los objetivos planteados.

El Taller de Enderezada y Pintura Glass si tiene un líder; mismo que es el gerente propietario quien toma las riendas, guía y dirige a su equipo de trabajo.

Tanto el gerente propietario como el personal operativo son grupo de personas que tienen un objetivo en común, brindar y satisfacer necesidades de sus clientes en base a los servicios que presta en mantenimiento y remodelación de todo tipo de automóviles.



Ilustración 4. Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo. Edit. Tatiana Haro, octubre 2019.

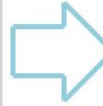
1.1. El cliente

El cliente es el alma de todo emprendimiento o institución, debido a que es el consumidor de los productos o servicios que se ofrece en el mercado.

- El cliente es el receptor de un bien o servicio



Figura 15. El cliente es primero. Tomado de <https://xurl.es/j5jzd>

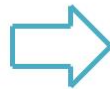


El cliente es el receptor de un bien o servicio que le ayuda a satisfacer sus deseos y necesidades.
El cliente debe pagar un valor económico por los servicios o productos.

Ilustración 5 El cliente es primero. Tomado de <https://xurl.es/j5jzd>

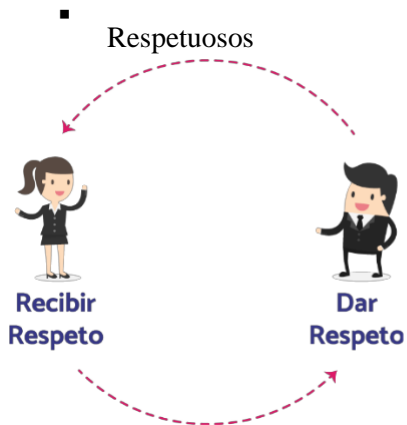
Es necesario saber que a un cliente se le debe tratar como a nosotros quisiéramos que nos traten:

- Siendo educados



Ser una persona con valores y principios.

Ilustración 6 Una persona con valores es lo ideal. Tomado de <https://xurl.es/5i3pl>



El respeto es un valor fundamental para todo ser humano; pues ayuda a que haya mejor relación entre individuos dentro de una sociedad.

Ilustración 7 El respeto hacia los demás. Tomado de <http://cort.as/-LhYP>



La cordialidad refuerza las relaciones personales y laborales.

<https://xurl.es/wppab>

Ilustración 8 Como ser activos y cordiales en el trabajo. Tomado de



Prestar la mayor de las atenciones y escuchar sus necesidades; hacerle sentir a un cliente que atenderlo es lo más importante para una empresa.

Ilustración 9 Clave para que un taller mecánico funciones. Tomado de <https://xurl.es/o81rr>



Trata de entenderlo, ofrécele ayuda si es que la necesita.

Ilustración 10 Educar en valores. Tomado de <https://xurl.es/rx9tv>

- No lo juzgues



No lo juzgues, porque nadie sabe lo que realmente le paso o le está pasando a la otra persona.

Ilustración 11 No juzgues a los demás. Tomado de <http://cort.as/-Lhku>

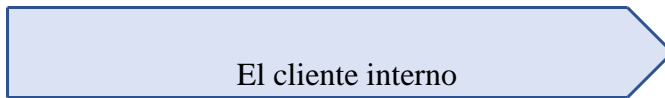
Pon en práctica la siguiente fórmula para que puedas cumplir con una exitosa atención al cliente:



Ilustración 12 Exitosa atención al cliente. Edit. Tatiana Haro

1.2. Tipos de clientes

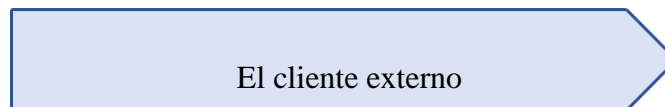
Existen dos tipos de clientes que se debe tomar en cuenta; el cliente interno y el cliente externo.



El cliente interno son aquellas personas que trabajan dentro de una organización, es decir, los empleados, quienes colaboran en la creación y desarrollo de bienes o servicios.



Ilustración 13 Clientes internos. Tomado de <https://bit.ly/2YeKvub>



Son todas las personas que buscan satisfacer sus deseos y necesidades ya sea en un bien o servicio, los clientes externos pagan por su beneficio.



Ilustración 14 Cliente externo. Tomado de <https://bit.ly/2Lw5nY5>

1.2.1 Los de clientes según sus perfiles



Autosuficientes

Son aquellas personas que creen saberlo todo, son personas imponentes a decir las cosas.

Fuente: <https://bit.ly/2y3aw0J>



Distraído

Son lo que no saben que hacer, aquellos que escuchan pero se hacen los desentendidos.

Fuente: <https://bit.ly/2Z6LyK8>



Reservado

Es aquel que necesita tiempo para decidir o tomar una decisión; además, de ser muy desconfiado.

Fuente: <https://bit.ly/2Z0p8Ko>



Hablador

Son aquellos que no están seguros de lo que desean, este tipo de clientes se centra más en hablar de su vida personal que de negociar un bien o servicio.

Fuente: <https://bit.ly/2LvUYLW>



Indeciso

Son aquellos incapaces de decidir por cuenta propia, esperan de alguien que pueda darles su aprobación.

Fuente: <https://bit.ly/32BzORR>



Apóstoles

Son aquellos que se fidelizan con una sola marca.

Fuente: <https://bit.ly/32CC3o3>



Mercenarios

Aquellos que no ponen prioridad a la calidad sino más bien al precio en que se le ofrece en el bien o servicio.

Fuente: <https://bit.ly/2JF4xG8>



Impaciente

Son a los que únicamente les importa salir de su problema y más nada.

Fuente: <https://bit.ly/2xUKr3V>

A pesar de las diferentes tipologías de clientes que existen y la diversidad de comportamientos que hay en nuestro medio; ya sean para bien o para mal. Al cliente se le debe estar por encima de todo.

La persona que se encargue de la atención al cliente en toda organización, institución o negocio, tiene que aprender a diferenciar a los clientes, ya que no todos somos iguales, cada uno de nosotros somos un mundo diferente; pensamos, hablamos y tenemos diferentes perspectivas de cada una de las cosas que pasan en nuestro entorno.

Cabe recalcar que a todos los clientes sin distinción alguna hay que tratarlos bien, sin importar raza, color, estatus social o económico u entre otras cosas.



Ilustración 15 Trato preferencial a los clientes. Tomado de <http://cort.as/-Lhpx>

A cada uno de ellos hay que hacerles sentir que es alguien especial para la empresa y que nos complace siempre atenderlos.

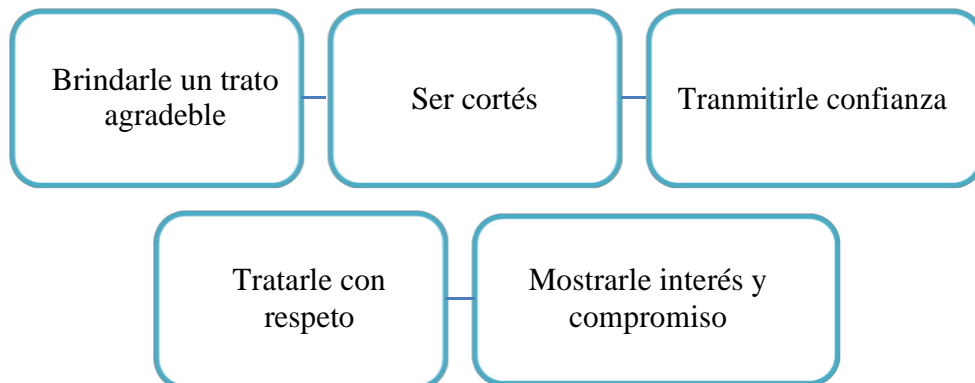


Ilustración 16 Bases para la atención al cliente. Elaboración propia, 2019.

1.3. Atención al cliente

Antes de empezar con esta unidad, hay que tener claro los siguientes conceptos:

- a) **Ciente:** son las personas más importantes en cualquier tipo de empresa u organización; el crecimiento de una empresa depende de los clientes porque son ellos los que mantienen a la empresa en un posicionamiento en el mercado.



Ilustración 17 Los clientes. Elaboración propia

- b) **Atención al cliente:** es el servicio que ofrece ya sea una entidad virtual o una persona en representación de una empresa para dar respuesta a las necesidades que se le plantee.



Ilustración 18 Buena atención al cliente. Tomado de <https://xurl.es/x4etn>

- c) **Mala atención al cliente:** es un problema que hoy en día la mayoría de las empresas padecen debido a que no toman en cuenta que brindar una atención eficiente y de calidad al cliente es una de las claves para el éxito de la empresa.



Ilustración 19 Mala atención al cliente. Tomado de <http://cort.as/-LhuV>

Dependiendo a lo que se dedique la empresa, organización o negocio, se menciona a los siguientes:

- **Cientes complacidos:** son los individuos que no solo observaron sino también sintieron y percibieron que el servicio brindado supero sus expectativas, eso hace y da como resultado que la empresa obtenga clientes fijos y fidelice clientes.



Ilustración 20 Clientes complacidos. Tomado de <http://cort.as/-Lhw2>

- **Cientes satisfechos:** son los individuos que percibieron que el servicio coincidió con las expectativas que ellos tenían en mente, haciendo que la empresa que presta sus servicios de un grado de confiabilidad a los clientes.



Ilustración 21 Clientes satisfechos. Tomado de <https://xurl.es/15lj8>

- **Cientes insatisfechos:** son aquellos individuos que sintieron y percibieron que el servicio brindado no fue lo suficientemente bueno como ellos lo creían, esto hace que como clientes no volver a repetir el mismo error en esa empresa.



Ilustración 22 Clientes insatisfechos. Tomado de <https://xurl.es/f043z>

1.3.1. Proceso básico en la atención al cliente

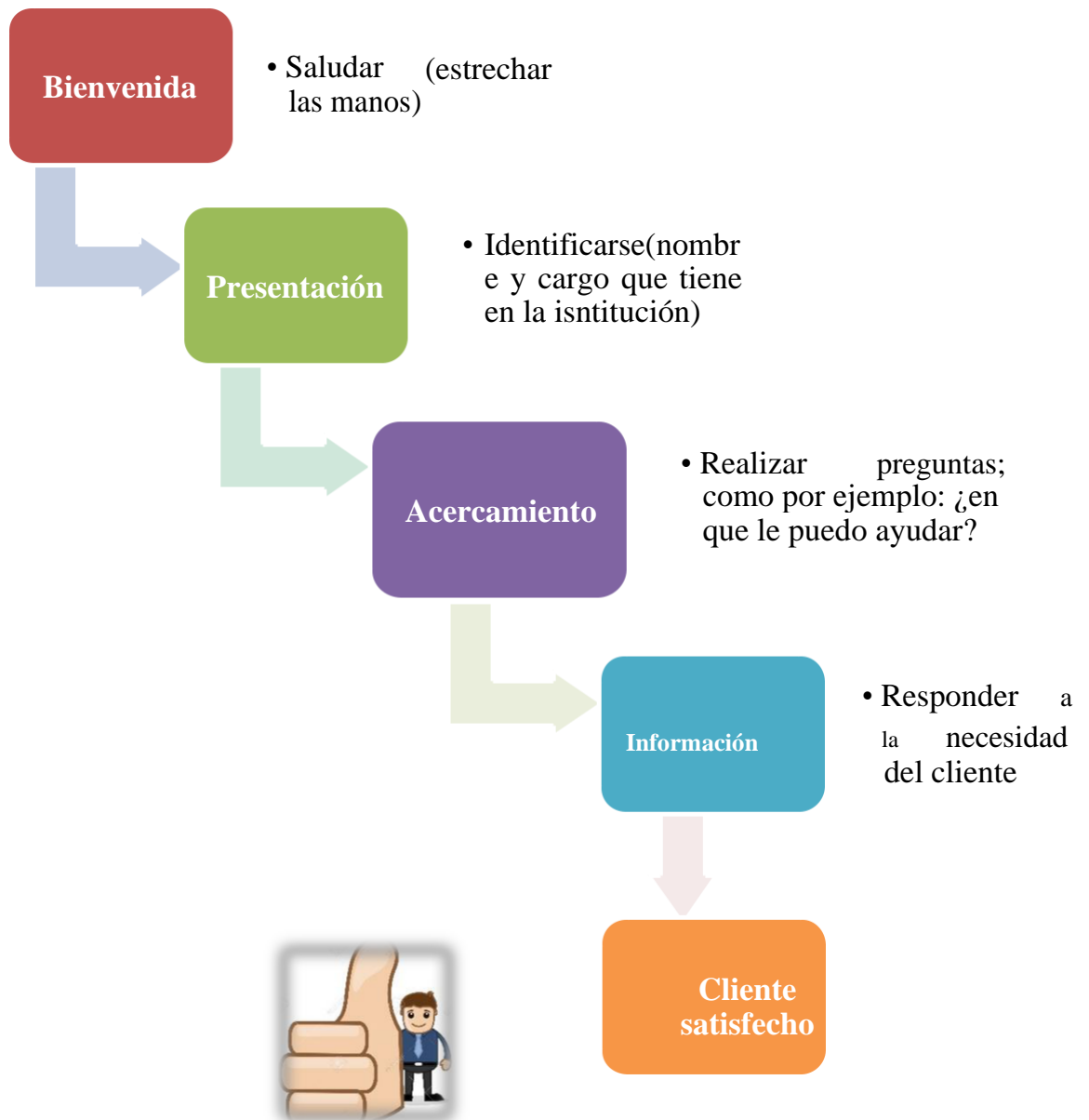


Ilustración 23 Proceso de la atención al cliente. Elaboración propia, 2019.

A la hora de atender a un cliente se toma en cuenta un proceso en específico, para ellos antes de nada la persona encargada de atender y recibir a los clientes está en la obligación de saber a qué se dedica, como trabaja y en si todo lo que esté relacionado a la empresa.

Como en la mayoría de las empresas los encargados de la atención al cliente es la secretaria o secretario, eso hace que sean las primeras personas en tener contacto con el cliente.

O por el contrario hay instituciones o negocios que no cuentan con una persona que se haga llamar secretaria/o, en este caso del Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo no cuenta con una secretaria, es por ello por lo que tanto el gerente general y personal operativo se encarga de atender y recibir a sus clientes.

Para dar comienzo a una adecuada y exitosa atención al cliente es necesario empezar con la bienvenida, que es saludar con un estrechón de manos dando a notar la educación y respeto que se tiene por el cliente.



Ilustración 24 Éxito en la atención al cliente. Tomado de <https://bit.ly/2JSQGee>

Para dar paso a la interacción y comunicación entre el cliente y la persona encargada de recibirlo; es necesario presentarse, dar a conocer el nombre y cargo que ocupa en la empresa o negocio, haciendo que se abra una fecha de confianza entre los dos.

El acercamiento, es un punto clave ya que se realiza las preguntas pertinentes para así poder dar solución a su problema o necesidad. Esto va de la mano con la debida información que se le propicie al cliente, esta deber ser verídica y de importancia para él/ella.

1.3.2. Atención al cliente por medio del teléfono

Hoy en día hay clientes que se sienten más a gusto teniendo una atención y conversación telefónica que personal. La atención telefónica tiene sus ventajas y desventajas; debido a que se juega la imagen y reputación de la empresa porque únicamente se tiene una comunicación auditiva y no visual que ayude a identificar gestos corporales que muestre un malestar o disgusto por parte del cliente.

Algunas reglas que ayudan en la atención telefónica:

- Saludo y presentación

Al atender una llamada telefónica lo primero que se debe hacer es saludar gentilmente al interlocutor, dar el nombre de la empresa a la que se trabaja y que cargo ocupa; además de mencionar el nombre del locutor que lo está atendiendo.

- Ofrecer ayuda

Para dar pie y seguir con la conversación, se debe ofrecer ayuda, diciendo; por ejemplo:

- ¿En qué le puedo ayudar?

Esta pregunta es clave para saber las necesidades del cliente.

- Dar respuestas rápidas

Brindar información que sea necesaria para el cliente y no hacerlo esperara, esto puede provocar que el cliente sienta un poco de descontento por no agilizar sus trámites. Hablar claro y conciso.

- Dar solución y respuestas

Buscar los modos posibles para ayudar a un cliente, nunca dejarle con inquietudes en mente; si por casualidad no puedes ayudarlo, busque de alguien que te colabore.

- Despedida y agradecimiento

Despídete sutilmente y agradece por su llamada; esto dará a notar una actitud positiva y buena imagen personal y laboral. Trata en lo posible que el cliente cuelgue primero.

1.4. Tratamiento de quejas y reclamos

Siempre existirán clientes insatisfechos por un trabajo, producto o servicio; por ende, esto genera un malestar para la empresa ya que se da a notar que no se está cumpliendo con las expectativas que los clientes requieren por parte de la empresa. Definición de:

a) Queja:

Toda reclamación o disgusto que se tiene acerca de un producto o servicio que no se encuentre en óptimas condiciones; también por no recibir atención adecuada. El trato debe ser cordial y no perder la compostura.



Ilustración 25 Quejas de clientes. Tomado de <https://xurl.es/k5cjd>

b) Reclamos

Se considera reclamo aquellas disconformidades que tiene un individuo o grupo de personas acerca de un bien o servicio.



Ilustración 26 Reclamos de los clientes. Tomado de <https://xurl.es/mcdwq>

1.4.1. Como atender quejas y reclamos

Afrontar el problema

Se debe atender lo más pronto posible la queja o reclamo, y mostrar interés en la problemática que está teniendo.

Escucha con atención

No te despistes de lo que te está diciendo, mírale a los ojos y analiza con qué tipo de cliente estas tratando y así poder ayudarlo y tranquilizarlo.

Aprobación

Muéstrale una señal de aprobación por lo que acaba de decir, por ejemplo, moviendo levemente la cabeza. Evita no realizar gestos de fastidio o disgusto.

Disculpas

Si está en lo correcto ofrece unas merecidas disculpas, caso contrario hazle entender que está en el error, pero sutilmente, no con agresiones y tampoco con sobre saltos.

Anticípale como piensas ayudarlo a resolver el problema

Hacerle saber cómo lo podrás ayudar a solucionar el problema y además pide su opinión en caso de que se sienta insatisfecho con tu propuesta.

Soluciona su problema

Si llegaron a un acuerdo, pon en marcha las medidas necesarias para solucionar el problema.

1.4.2. Consejos para atender quejas y reclamos

- Se paciente y mantén la calma: en estos casos debes pensar con la cabeza fría y darte cuenta en lo que estas fallando, no gritar ni ponerse a la defensiva.

- Actitud relajada y positiva: si pones interés en lo que está diciendo y buscas la manera de resolver su problema, el inmediatamente percibirá que está siendo atendido como él lo esperaba.

- Actúa con rapidez: no hagas esperar mucho a un cliente que está realizando una queja o reclamo porque creería que él no es importante para tu empresa.

- Nunca te pongas a discutir con un cliente: así tenga o no tenga razón el cliente en queja o reclamo, no hay que llevarla la contraria porque caso contrario estaríamos perdiendo clientes.

1.5. Estrategias de aplicación para mejorar la atención al cliente

Estrategia 1

Inteligencia emocional	
El mounstro que llevamos dentro	
Objetivo:	Desarrollar la inteligencia emocional en el personal que labora dentro del Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo
Actividad:	<p>“El mounstro que llevamos dentro”</p> <p>Esta actividad se basa en describir el mostro que llevamos dentro, el cual va creciendo cuando nos empezamos a enojar, y entre más nos enojemos crecerá y nos hará actuar de mala manera.</p> <p>Para atacarlo y combatirlo se realiza lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">-Utilizar hojas de papel en color blanco y de colores-Dibujar como creen que es su monstruo interior-Una vez dibujado, identificar el monstruo que llevan dentro-Dependiendo del monstruo que creen llevan dentro, atacarlo al monstruo con una cantidad conveniente de flechas dibujadas-Intentar matar al monstruo-Relajarse respirando profundo y contar hasta diez
Beneficio:	La inteligencia emocional en la atención al cliente será de ayuda para controlar el enojo y la forma en que lo expresan al resto de personas y tener presente que se debe pensar antes de actuar.

Nota: Elaboración propia. Fuente: Investigación del autor, octubre 2019.

Estrategia 2

Buen carácter	
Amate a ti mismo	
Objetivo:	Fortalecer el carácter y enfrentar eficazmente los retos y desafíos personales y laborales.
Actividad:	<p>“Amate a ti mismo”</p> <p>Esta actividad se basa en el autoconocimiento físico y emocional de cada persona.</p> <p>Para ello se realiza lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">-Mirarse en un espejo de cinco a diez minutos y darse uno mismo muestras de cariño-Abrazarse a uno mismo y decirse que se quieren-Cuando tengas un problema, respira profundamente.-Realizar ejercicio físico dos veces a la semana-Viaja y experimenta cosas nuevas
Beneficios:	En la atención al cliente es primordial controlar y manejar el carácter en las diversas situaciones que se presente porque es ahí donde una persona refleja su personalidad y cómo afronta los problemas.

Nota: Elaboración propia. Fuente: Investigación del autor, octubre 2019.

Estrategia 3

Relaciones humanas	
Pequeños tratos hacen la diferencia	
Objetivo:	Mejorar las relaciones personas del personal que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo
Actividad:	<p>“Pequeños tratos hacen la diferencia”</p> <p>Esta actividad se basa en el impacto que causan las pequeñas y grandes acciones que las personas realizan por iniciativa propio.</p> <ul style="list-style-type: none">-Respetar y hacerse respetar-Decir buenos días cada vez que reciben a un cliente-Mostrar interés al problema de un cliente-Se amable y cordial-Dar las gracias y ser agradecido
Beneficios:	En la atención al cliente ayudará a crear alianzas y de hecho a fidelizar y captar nuevos clientes, de esta manera se promoverá más el servicio que presta el Taller de Enderezada y Pintura Glass.

Nota: Elaboración propia. Fuente: Investigación del autor, octubre 2019.

UNIDAD II

2.1. Habilidades comunicativas

Las habilidades comunicativas son es más que leer, escribir, hablar y escuchar. Estos procesos lingüísticos se van aprendiendo y desarrollando en el transcurso de nuestras vidas.

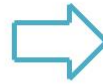
Estos tipos de habilidades comunicativas no ayudan a tener una mejor relación y entendimiento entre individuos.

a) Hablar



Ilustración 27 Interactuar entre individuos. Tomado de <http://cort.as/-Lic->

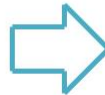
b) Escribir



Escribir es componer un mensaje; empleado palabras, números o símbolos que descifren un mensaje.

Ilustración 28 Escribir apuntes. Tomado de <https://xurl.es/5gron>

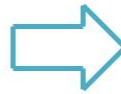
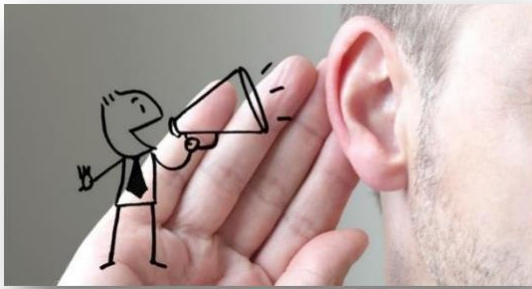
c) Leer



Leer es identificar, comprender y analizar un texto.

Ilustración 29 Leer relaja. Tomado de <https://xurl.es/xqbb4>

d) Escuchar



Poner atención a lo que dicen, hablan y realmente a lo que uno oye.

Ilustración 30 Escucha activa. Tomado de <http://cort.as/-LidL>

Para mantener una adecuada atención al cliente es importante tener en cuenta la comunicación; esta es la base para las relaciones interpersonales.

Para que exista una comunicación debe haber un emisor y un receptor.

a) Emisor:

Es aquella persona que dice un mensaje

b) Receptor:

Aquella persona que capta y recibe el mensaje.

2.2. Comunicación asertiva

Según (Mandel, R, 2015) dice que: La comunicación asertiva se basa en una actitud personal positiva a la hora de relacionarse con los demás y consiste en expresar opiniones y valoraciones evitando descalificaciones, reproches y enfrentamientos. Es la vía adecuada para interactuar con personas.

Se produce una comunicación asertiva cuando se expresa un mensaje en el que las palabras y los gestos transmiten claridad, y al mismo tiempo, una actitud de empatía hacia el interlocutor.



Ilustración 31 Comunicación asertiva. Tomado de <https://n9.cl/unt1>

Cómo comunicarte asertivamente

- Observa y comunica los hechos sin juzgar: describiendo lo que has observado sin añadir ninguna evaluación personal. Con esto aumentarás las probabilidades de que te escuchen.
- Identifica y expresa tus sentimientos: Esto implica un proceso mental que implica un camino a la acción, en el que:
 - a) Recibes una información
 - b) Las mezclas con tus conocimientos y necesidades para transformarla en pensamientos
 - c) Esos pensamientos te causan sentimientos
 - d) Actúas en función de esos sentimientos
- Encuentra tus necesidades no satisfechas: La clave es centrarte en describir tus sensaciones internas en lugar de explicar tus pensamientos o interpretaciones de los actos de los demás.
- Haz una petición activa y concreta: Céntrate en lo que quieres y sé lo más específico posible. Convierte tus peticiones en acciones concretas que los demás puedan realizar. Cuanto más claro seas, más probabilidades tendrás de que satisfagan tus necesidades

2.3. Comunicación verbal y no verbal

Cuando se entabla una comunicación con el cliente se debe tener en cuenta varios aspectos, como:

- El tono de voz
- La intensidad de la voz
- Los gestos
- Movimientos corporales
- Emociones

Existen dos tipos de comunicaciones:

Comunicación Verbal

Es aquella que se da entre dos o más personas y se manifiesta oral y escrita: oral porque es de palabras habladas y escrita porque es la representación de letras y signos lingüísticos.

Comunicación no Verbal

Es aquella que en la que no se emplean palabras, sino al contrario se manifiesta mediante la mirada, gestos corporales, expresiones faciales, posturas y los gestos que transmiten los ojos.

2.4. Mejora tus habilidades comunicativas



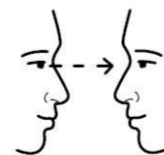
Habla siempre con la verdad

Oír con atención,
sin distracción

No te metas en conversaciones ajenas

Si vas a dar tu opinión de algo,
que sea con fundamentos

Manten contacto visual con la persona que estas hablando



2.5.Estrategias de aplicación para mejorar las habilidades comunicativas

Estrategia 1

Comunicación asertiva	
Permiso que me voy	
Objetivo:	Mejorar la comunicación asertiva del personal que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo
Actividad:	<p>“Permiso que me voy”</p> <p>Esta actividad se basa en el respeto propio y el de los demás, además, de expresar sentimientos y pensamientos de manera directa.</p> <p>Cuando deseas pedir información de un servicio, tienes que hacerlo de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none">-Elegir el momento oportuno-Hablar con un tono de voz seguro y pedir lo que necesitas-En caso de que no te escuchen repítelo como disco rayado, pero sin perder la cordura-Esa forma de tomar la defensiva hará que te presenten atención a tus requerimientos-Haz caso omiso si desea discutir la persona que te está atendiendo, no la hagas caso-Agradece y puedes marcharte
Beneficios:	La comunicación asertiva nos ayudará a expresar ideas y sentimientos ya sean negativos o positivos, de una manera directa y sutil.

Nota: Elaboración propia. Fuente: Investigación del autor, octubre 2019.

Estrategia 2

Movimientos gestuales	
El mimo	
Objetivo:	Aprender a identificar sentimientos e interés por medio de movimientos gestuales y corporales.
Actividad:	<p>El mimo utiliza los movimientos gestuales como única herramienta para transmitir un mensaje.</p> <p>Esta actividad se basa en la decodificar de un mensaje que transmiten a través de los gestos, la postura y la mirada. Si un mimo esta enojado hace lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">-Se coloca en una postura recta y con brazos cruzados-Los músculos de su rostro se contraen-Su mirada es fría-Sus gestos corporales son bruscos
Beneficios:	Conocer el significado de cada uno de los movimientos gestuales ayuda a entender y transmitir mensajes claros y concisos.

Nota: Elaboración propia. Fuente: Investigación del autor, octubre 2019.

Estrategia 3

Comunicación clara y precisa	
El teléfono descompuesto	
Objetivo:	Mejorar la escucha activa del personal que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass
Actividad:	<p>Esta actividad se basa en la transmisión de un mensaje entre un grupo 10 personas y empieza así:</p> <ul style="list-style-type: none">-La persona que coordina, prepara un mensaje de cualquier tipo y le lee el mensaje a la persona número uno.-La persona numero uno le dice el mensaje a la persona numero dos con voz baja tratando de que no escuchen el resto de las personas.-Se repite este proceso con el resto de las personas y la última persona que reciba el mensaje debe trasmitirlo según lo que entendió.-El coordinador de igual manera transmite el mensaje que se dio en un inicio-Comparan los mensajes y no coinciden.
Beneficios:	Esta actividad nos ayudará a saber lo importante que es escuchar y entender bien un mensaje, brindando una comunicación clara y precisa.

Nota: Elaboración propia. Fuente: Investigación del autor, octubre 2019.

CONCLUSIONES

- En esta investigación se pudo divisar que el Taller de Enderezada y Pintura Glass tiene una problemática en atención al cliente y habilidades comunicativas; tanto el personal operativo como el gerente propietario no brindan una atención al cliente que sea satisfactoria.

- Con la aplicación de la ficha de observación en el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo se pudo identificar que el taller no cuenta con mano de obra calificada para atender a sus clientes; es decir, no disponen de una secretaria/o.

- Se pudo identificar que, a falta de conocimientos en atención al cliente y habilidades comunicativas por parte del personal que labora en el taller, existe un gran número de clientes insatisfechos y descontentos en la satisfacción de sus servicios.

- El Taller de Enderezada y Pintura Glass no dispone de un manual en atención al cliente que le ayude a mejorar la atención y habilidades comunicativas con el cliente; es por esto que se vio la necesidad de implementar uno que esté acorde a sus necesidades.

RECOMENDACIONES

- Capacitar constantemente a todo el personal que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass del cantón Otavalo, para que así estén al corriente de cómo se debe ejecutar una adecuada atención al cliente y habilidades comunicativas y, además, desarrollar actividades de motivación para que el personal operativo trabaje con fluidez y eficiencia.
- Se recomienda que se designe a una persona que atienda al cliente y así no haya malos entendidos y una mejor comunicación.
- Se recomienda que tanto el gerente propietario como el personal operativo que labora en el Taller de Enderezada y Pintura Glass, tomen muy en cuenta que brindar una atención al cliente de calidad les ayuda a fidelizar clientela.
- Socializar el manual de apoyo que se realizó para todo el personal que labora el Taller de Enderezada y Pintura Glass.

IMPACTOS

- **Impacto social**

Con este plan de investigación, el personal del Taller de Enderezada y Pintura Glass se relacionarán de mejor manera con los usuarios, adquiriendo así una calidad de atención al cliente, excelente y la aceptación de los clientes. En lo que compete a habilidades comunicación, se podrá relaciona entre sí, tanto los clientes como el personal operativo y el gerente propietario.

- **Impacto educativo**

En lo educativo, ya que tanto al gerente propietario como al personal operativo les permitirá alimentar o reforzar sus conocimientos acerca de la adecuada atención al cliente y cuáles son las habilidades comunicativas básicas que se debe manejar y aplicar en el taller.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Actitud:** manera de estar alguien dispuesto a comportarse u obrar.
- **Amabilidad:** cualidad de amable.
- **Análisis:** examen detallado de una cosa para conocer sus características o cualidades.
- **Atención:** acto que muestra que se está atento al bienestar o seguridad de una persona o muestra respeto hacia alguien.
- **Cliente:** persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente.
- **Comportamiento:** manera de comportarse una persona en una situación determinada o en general.
- **Comunicación no verbal:** es el proceso de comunicación en el que existe un envío y recepción de mensajes sin palabras, es decir, mediante indicios, gestos y signos.
- **Comunicación verbal:** es el tipo de comunicación en la que se utilizan signos lingüísticos en el mensaje.
- **Comunicación:** transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
- **Déficit:** es la escasez, el menoscabo o la deficiencia de alguna cosa.
- **Eficiencia:** capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función
- **Emisor:** persona que emite o produce el mensaje en el acto de la comunicación.
- **Empatía:** participación afectiva de una persona en una realidad ajena a ella.
- **Empleados:** persona que trabaja para otra o para una institución a cambio de un salario.
- **Enfoque:** manera de valorar o considerar una cosa.
- **Entorno:** conjunto de circunstancias o factores sociales que rodean una cosa o a una persona.
- **Excelencia:** superior calidad o bondad que hace digna de aprecio y estima a una cosa.
- **Expectativas:** esperanza o posibilidad de conseguir una cosa.
- **Experiencia:** conjunto de conocimientos que se adquieren en la vida o en un periodo determinado.
- **Fidelizar:** conseguir la fidelidad de un cliente, normalmente por medio de un buen trato.

- **Fundamentar:** partir de una serie de principios iniciales para elaborar, establecer o crear algo.
- **Gerente:** persona que por oficio se encarga de dirigir, gestionar o administrar una sociedad, empresa u otra entidad.
- **Gesticulación:** consiste en comunicar mediante gestos una idea subyacente.
- **Interlocutor:** persona que dialoga o conversa con otra en situación formal.
- **Investigación:** considerada una actividad orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución a problemas.
- **Líder:** persona que encabeza y dirige un grupo o movimiento social, político, religioso, etc.
- **Locutor:** persona que tiene por oficio hablar en radio o televisión para presentar un programa.
- **Manual:** se denomina a toda guía de instrucciones que sirve para el uso de un dispositivo, la corrección de problemas.
- **Personal operativo:** comprende únicamente al personal cuyo trabajo está relacionado directamente con los procesos de abastecimiento, producción y distribución.
- **Psicología:** ciencia que estudia los procesos mentales, las sensaciones, las percepciones y el comportamiento del ser humano.
- **Queja:** resentimiento o disgusto que se tiene por la actuación o el comportamiento de alguien.
- **Receptor:** es el agente, persona o equipo que recibe un mensaje, señal o código emitido por un emisor.
- **Reclamar:** expresar oralmente o por escrito, su oposición, inconformidad o disgusto por un asunto que considera injusto o insatisfactorio.
- **Servicio:** utilidad o función que despeña una cosa.
- **Sociología:** estudio de sociedades humanas.
- **Teoría:** conjunto de reglas, principios y conocimientos acerca de una ciencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Albrecht, K., & Lawrence, B. (2004). *La excelencia en el servicio*. (J. Villamizar, Trad.) Bogotá, Colombia: Ilustrada. Recuperado el 15 de Mayo de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=W6tDPwAACAAJ&dq=la+excelencia+del+servicios+de+albrecht&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiIwuXI2ZbjAhUHQ60KHRKRbtYQ6AEIKDAA>
- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica*. (C. Seco, Ed.) España: Gesbiblo S.L. Recuperado el 10 de Julio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=bwelcBnPNuoC&pg=PA16&dq=proceso+de+la+comunicacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjwlo--kLDjAhXCtlkKHdwICUQQ6AEIOzAE#v=onepage&q=proceso%20de%20la%20comunicacion&f=false>
- Bastos, A. (2006). *Fidelización del cliente (Introducción a la Venta Personal y a la Dirección de Ventas)* (Vol. Primera). España: Ideaspropias. Recuperado el 15 de Mayo de 2018.
- Carvajal, L., Ormeño, J., & Sanz, L. (2019). *FBP-Atención al cliente*. Colombia: EDITEX. Recuperado el 10 de Julio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=MYmXDwAAQBAJ&pg=PA10&dq=Las+empresas+son+conscientes+de+que+los+clientes+son+cada+vez+mas+exigentes;+ya+que+no+se+interesan+solo+por+el+precio+y+la+calidad+del+producto+o+servicio,+sino+que+se+fijan+en+aspectos+como+la>
- Diez, S. (2010). *Técnicas de comunicación: la comunicación en la empresa*. España: Ideaspropias. Recuperado el 24 de Febrero de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=IW6-sADnRZMC&pg=PA7&dq=definicion+de+comunicacion&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiB-9nojLDjAhVPwFkKHRKGCFFQQ6AEILjAB#v=onepage&q=definicion%20de%20comunicacion&f=false>
- Ecured. (11 de Febrero de 2012). *Ekured.com*. Recuperado el 11 de Agosto de 2018, de https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_verbal
- Escudero, J. (2017). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid, España: Paraninfo S.A. Recuperado el 23 de Enero de 2019
- Fernandez, D., & Rico, E. (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. (C. Lara, Ed.) Paraninfo. Recuperado el 5 de Julio de 2019
- Fonseca, Y., & Del Socorro, M. (2005). *Comunicación Oral: fundamentos y práctica estratégica*. México: Pearson Educación. Recuperado el 18 de Agosto de 2019

García, J. (24 de Septiembre de 2015). *Psicología y mente*. Recuperado el 12 de Julio de 2019, de <https://psicologiaymente.com/autores/jonathan-garcia-allen>

García, M. J. (2014). *Gestión de la atención al cliente/consumidor. COMT0110*. IC Editorial pertenece a Innovación y Cualificación S.L. Recuperado el 11 de Julio de 2019, de

https://books.google.com.ec/books?id=gF2TBQAAQBAJ&pg=PT15&dq=aspectos+de+la+atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiaopHTla7jAhUCjVkkHX_WCBgQ6AEIVjAI#v=onepage&q=aspectos%20de%20la%20atencion%20al%20cliente&f=false

Hernández, M., & Rodríguez, I. (2010). *Comunicación no verbal y liderazgo: claves para conseguirlo*. España: NETBIBLIO S.L. Recuperado el 6 de Febrero de 2018

Lardiez, A. (6 de Abril de 2017). El servicio de atención al cliente y sus ventajas. *El Plural (Periódico Digital Progresista)*. Recuperado el 9 de Julio de 2019, de https://www.elplural.com/economia/empresas/el-servicio-de-atencion-al-cliente-y-sus-ventajas_101784102

Método, M. (1 de Septiembre de 2017). *Más Método*. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de <http://www.masmetodo.com/comunicacion-efectiva-eficiente-y-eficaz/>

Muñoz, I. (2015). *UF0042 - Comunicación y atención al cliente en turismo*. España: ELEARNING S.L. Recuperado el 12 de Mayo de 2019.

Muñoz, M. (2017). *Tratamiento y gestión de quejs y reclamaciones*. Madrid: CEP

S.L. Recuperado el 11 de Julio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=nOtCDwAAQBAJ&pg=PA32&dq=tratamiento+de+quejas&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjWp5bsn67jAhWGnFkKHe6SArQQ6AEIMjAC#v=onepage&q=tratamiento%20de%20quejas&f=false>

MX, E. D. (12 de Agosto de 2018). *Definición de escribir*. México. Recuperado el 11 de Julio de 2019, de <https://definicion.mx/escribir/>

Najul, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente. *Observatorio Laboral Revista Venezolana, Cuarto*. Recuperado el 8 de Julio de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>

Nava, V., & Jímenes, A. (2005). *ISO 9000: 2000: Estrategias Para Implementar La Norma De Calidad Para La Mejora Continua / Strategies for Implementing Quality Norm for the Best Continual*. Limusa . Recuperado el 2 de Julio de 2019.

Peréz, V. (2010). *Calidad Total en la Atención al Cliente (Pautas para garantizar la Excelencia en el Servicio)*. (Ideaspropias, Ed.) España: S.L. Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de

https://books.google.com.ec/books?id=xXdBBinORegC&printsec=frontcover&dq=calidad+en+la+atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj6g4_lrKjjAhULx1kKHTGsAGwQ6AEIKDAA#v=onepage&q=calidad%20en%20la%20atencion%20al%20cliente&f=false

Prieto, J. (2014). *La gerencia del servicio (La clave para ganar todos)*. Bogotá, Colombia: ECOediciones. Recuperado el 8 de Julio de 2019, de

<https://books.google.com.ec/books?id=N8K4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=matriz+de+calidad+en+atencion+al+servicio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj69J6d6KXjAhXr1FkKHxXuBIEQ6AEIKDAA#v=onepage&q=matriz%20de%20calidad%20en%20atencion%20al%20servicio&f=false>

Raffino, M. (1 de Marzo de 2019). *Concepto de "Habla"*. Recuperado el 12 de Julio de 2019, de <https://concepto.de/habla/>

Raffino, M. (18 de Febrero de 2019). *Concepto de "Leer"*. Recuperado el 12 de Julio de 2019, de <https://concepto.de/leer/>

Riquelme, M. (10 de Mayo de 2018). *Web y empresas*. Recuperado el 12 de Julio de 2019, de Web y empresas: <https://www.webyempresas.com/competencia-comunicativa/>

Sánchez, P. (2014). *Técnicas de comunicación y relaciones*. Editex. Recuperado el

20 de Junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=YjqRAwAAQBAJ&pg=PT83&dq=elementos+de+atencion+al+cliente+como+el+entorno+la+organizacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi6z-X8vZfjAhVPSq0KHUARApYQ6AEIPDAD#v=onepage&q=elementos%20de%20atencion%20al%20cliente%20como%20el%20e>

Segura, M. (20 de Abril de 2016). *KONPALABRA*. Recuperado el 12 de Julio de 2019, de KONRAD LORENZ: <https://konpalabra.konradlorenz.edu.co/2016/04/las-habilidades-comunicativas-qu%C3%A9-son.html>

Segura, M. (20 de Abril de 2016). *KONPALABRA*. Recuperado el 12 de Julio de 2019, de KONRAD LORENZ: <https://konpalabra.konradlorenz.edu.co/2016/04/las-habilidades-comunicativas-qu%C3%A9-son.html>

Sevilla, M. (2010). *1001 Sugerencias para una secretaria eficaz (manual de consulta)* (Vol. Segunda). (Libresa, Ed.) Recuperado el 20 de Mayo de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=5w0zkdmaRrcC&pg=PA87&lpg=PA87&dq>

=La+importancia+de+la+empresa+seg%C3%BAEl+%C3%A9xito+de+la+empr
esa+no+depende+solamente+de+los+negocios+que+haga,+sino+de+que+los+visit
antes+se+sientan+satisfechos+de+los+servicios+que

Torres, V. (2010). *Calidad Total en la Atención Al Cliente (Pautas para garantizar la excelencia en el servicio)* (Vol. Primera). España: Ideaspropias. Recuperado el 20 de Junio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=xXdBBinORegC&oi=fnd&pg=PT9&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+DEFINICION&ots=TrOSuOEQm9&sig=He4lmsyYXaAf3FwcIiBC4mWyIzk#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20DEFINICION&f=false>

Varona, F. (2008). *Multicultural Management. La Comunicación en la Era de la Globalización y su Impacto en la empresa.* (M. Martínez, Ed.) Gesbiblo S.L. Recuperado el 15 de Febrero de 2019

Vertice, E. (2009). *Atención eficaz de quejas y reclamaciones.* España: Vertice. Recuperado el 13 de Mayo de 2019

Villa, J. (2014). *Manual de atención al cliente y usuarios- Un manual para reducir costes, mejorar las ventas y la calidad en las organizaciones públicas y privadas.* Barcelona: Profit. Recuperado el 20 de Junio de 2019

Viólan, M. (5 de Octubre de 2016). *EAE Business School.* Recuperado el 2019 de Julio de 9, de <https://retos-directivos.eae.es/cuales-son-los-principales-tipos-de-clientes-del-mercado/>

Zamora, R. (1981). *Como enseñar castellano.* San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia . Recuperado el 12 de Mayo de 2019

ANEXOS

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

H. CONSEJO DIRECTIVO

Resolución 767 -19 - HCD

El H. Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología en sesión ordinaria de 19 de noviembre de 2019, trató el of. s/n, referente a modificación del tema de trabajo de grado, al amparo del Art. 38 numeral 11 del Estatuto Orgánico, RESOLVIÓ:

Aprobar el pedido de modificación del Trabajo de Grado quedando de la siguiente manera:

TEMA APROBADO

"Análisis de atención al cliente y habilidades comunicativas en el taller de enderezada y pintura GLASS del Cantón Otavalo"

NOTIFIQUESE. - Con el contenido de la presente Resolución a la Srta. Tatiana Haro, estudiante de la carrera de Secretariado.

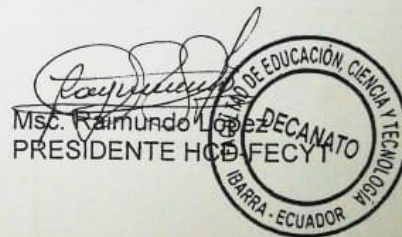
En unidad de acto suscriben la presente resolución el Magister Raimundo López, en su calidad de Decano y Presidente del Honorable Consejo Directivo y el Doctor Ricardo León Secretario Jurídico

Particular que comunico para los fines legales pertinentes.

Atentamente,
CIENCIA Y TÉCNICA AL SERVICIO DEL PUEBLO



Dr. Ricardo León
SECRETARIO JURÍDICO
Anexo: Documentación



Msc. Raimundo López
PRESIDENTE HCD-FECYT

Ficha de Observación

Lugar: Taller de Enderezada y Pintura Glass del Cantón Otavalo

INDICADORES	SI	NO
El Taller de Enderezada y Pintura Glass cuenta con un entorno tanto físico y emocional adecuado para recibir a sus clientes.		X
El Taller de Enderezada y Pintura Glass dispone con mano de obra calificada para atender a los clientes, como por ejemplo una secretaria.		X
Cuando llegan los clientes al Taller de Enderezada y Pintura Glass son atendidos como se lo merecen.		X
Realizan capacitaciones acerca de la atención al cliente y las habilidades comunicativas constantemente.		X
El lenguaje que utilizan tanto el personal operativo como el gerente propietario del Taller de Enderezad y Pintura Glass es el apropiado para dirigirse a sus clientes.		X
Ante el servicio que le brinda el Taller, los clientes quedan satisfechos.	X	

<p>Los clientes realizan constantemente quejas y reclamos en cuanto a la atención y lenguaje que utiliza el personal que lo atiende.</p>	X	
<p>El Taller de Enderezada y Pintura Glass cuenta con algún manual que le ayude a mejorar día con día la atención al cliente y las habilidades comunicativas.</p>		X
<p>OBSERVACIONES: lo que pude observar es que el servicio que brindan es muy bueno pero en cuanto a la atención al cliente se identificó que existen graves errores al dirigirse al cliente, empezando por el saludo y en cuanto a la comunicación no existe un trato formal y cordial con los clientes.</p>		

Fuente: Ficha de Observación en el Taller de Enderezada y Pintura Glass
Elaborado por: Tatiana Haro



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

Encuesta dirigida a: clientes

Tema: "Implementación de técnicas en atención al cliente y habilidades comunicativas en el Taller de Enderezada y Pintura Glass del Cantón Otavalo."

Marque con una x la respuesta que considere.

1. ¿Considera importante que se brinde una buena atención al cliente en el Taller de Enderezada y Pintura Glass?

Sí (✓) No ()

2. ¿Cómo es el recibiendo y trato que le brindan los trabajadores del Taller de Enderezada y Pintura Glass?

Buena () Regular (✓) Mala ()

3. ¿Al ser atendido, el tiempo de espera es el apropiado según su criterio?

Sí (✓) No ()

4. ¿Cuándo se entabla una conversación con algún miembro del personal del Taller de Enderezada y Pintura Glass, le transmite confianza?

Siempre () A veces (✓) Nunca ()

5. ¿Los trabajadores del Taller de Enderezada y Pintura Glass realizan su trabajo con responsabilidad y eficiencia al momento de prestar sus servicios?

Siempre () A veces (✓) Nunca ()

6. ¿Está de acuerdo usted, que la atención al cliente debe ir de la mano con un lenguaje que sea acorde al tipo de comunicación que se maneje?



Ilustración 1 Enderezada y Pintura Glass, octubre 2019



Ilustración 2 Maquinaria del taller, octubre 2019.



Ilustración 3 Taller de Enderezada y Pintura Glass, Elaboración propia, octubre 2019.

