****

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**TEMA:**

“ANÁLISIS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE POR PARTE DE LAS SECRETARIAS DE LA COOPERATIVA ATUNTAQUI Y SU INFLUENCIA EN EL PRESTIGIO INSTITUCIONAL DURANTE OCTUBRE 2011 A NOVIEMBRE 2012” PROPUESTA ALTERNATIVA

Trabajo de Grado previo a la obtención del Título de Licenciada en la Especialidad de Secretariado Ejecutivo en Español

**AUTORA:**

Sarango Sarango Paola Victoria

**DIRECTOR:**

 Dr. Hugo Andrade Jaramillo Msc.

Ibarra, 2012

**ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR**

Luego de haber sido asignado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director del trabajo de grado con el siguiente tema: **“ANÁLISIS DE ATENCIÓN AL CLIENTE POR PARTE DE LAS SECRETARIAS DE LA COOPERATIVA ATUNTAQUI Y SU INFLUENCIA EN EL PRESTIGIO INSTITUCIONAL”- PROPUESTA ALTERNATIVA.** Trabajo realizado por la señorita egresada: **SARANGO SARANGO PAOLA VICTORIA,** previo a la obtención del Título de Licenciada en la carrera de Secretariado Ejecutivo en Español.

A ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.

Dr. Hugo Andrade Jaramillo Msc.

**DIRECTOR**

**DEDICATORIA**

Con cariño y justo orgullo dedico el presente Trabajo de Grado, a mi esposo a mis hijos Sihao y Sijie por haber sido mi apoyo y mí sustento en los momentos más difíciles de mi vida. A mi madre quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y mi educación. A mis hermanos quienes me han dado luz y guía para culminar con éxito mi carrera universitaria.

**Paola Sarango**

**AGRADECIMIENTO**

Al finalizar mi Trabajo de Grado, quiero agradecer a la Cooperativa Atuntaqui especialmente a los funcionarios, secretarias que me brindaron su apoyo en la investigación realizada.

Así mismo, quiero dejar constancia de mi gratitud al Dr. Hugo Andrade Jaramillo Mcs, por su perseverancia en el asesoramiento de esta investigación.

A mi familia y a todos que colaboraron con sugerencias e ideas para que se materialice este Trabajo de Grado el cual queda plasmado, para satisfación de todos.

**ÍNDICE GENERAL**

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR……………………………………………….II

DEDICATORIA………………………………………………………………….III

AGRADECIMIENTO……………………………………………………………IV

ÍNDICE……………………………………………………………………………V

RESUMEN………………………………………………………………………IX

ABSTRACT………………………………………………………………………X

INTRODUCCIÓN……………………………………………………………….XI

**CAPÍTULO I**

**PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

* 1. ANTECEDENTES…………………………………………………………..1
	2. Planteamiento del problema…………………………………………….....7
	3. Formulación del problema………………………………………………....8

1.4 Delimitación………………………………………………………………....8

1.4.1 Unidades de observación………………………………………………..8

1.4.2 Delimitación espacial………………………………………………….....8

1.4.3 Delimitación temporal…………………………………………………... 9

1.5 OBJETIVOS………………………………………………………………...9

1.5.1 Objetivo general…………………………………………………………..9

1.5.2 Objetivos específicos…………………………………………………….9

1.6. JUSTIFICACIÓN………………………………………………………….9

**CAPITULO II**

**MARCO TEÓRICO**

* 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA………………………………….12

 2.1.1. Introducción………………………………………………………...12

 2.1.2. El cliente…………………………………………………………….13

 2.1.3. Público objetivo…………………………………………………….14

 2.1.4. El cliente potencial…………………………………………………14

 2.1.5. Relación con el público……………………………………………14

 2.1.6. La importancia del cliente…………………………………………15

 2.1.7. Sugerencias generales para atender bien a los clientes……….15

 2.1.8. Clasificación de los clientes………………………………………16

 2.1.9. Subalternos o subalternas………………………………………...16

 2.1.10. Visitantes importantes para la empresa, con cita previa……...17

 2.1.11. Visitante agresivo………………………………………………….17

 2.1.12. Para tener en cuenta……………………………………………...17

2.1.13. En la recepción personal puede presentarse estas

 situaciones……………………………………………………………17

2.1.14. Antes de dar o registrar una cita…………………………………..18

2.1.15. Tipos de clientes…………………………………………………….18

2.1.16. Necesidades del cliente…………………………………………….20

2.1.17. Qué es una queja…………………………………………………....21

2.1.18. Con el cliente disgustado…………………………………………...22

2.1.19. Con el cliente victimizado…………………………………………...22

2.1.20. Aspectos importantes de las quejas……………………………….22

2.1.21. Prácticas comporta mentales para solucionar los

problemas del cliente……………………………………………….23

2.1.22. Expresiones que le permite mejorar al cliente molesto

o irritado.......................................................................................23

2.1.23. Imagen institucional………………………………………………....24

2.1.24. La secretaria y la empresa………………………………………….24

2.1.25. Conocimiento de la empresa……………………………………….25

2.1.26. Los factores que favorecen la imagen personal

y profesional de la secretaria……………………………………...26

2.1.27. Perfil personal y profesional de la secretaria……………………..28

2.1.28. En la oficina……………………………………………………….....31

2.1.29. Funciones generales de la secretaria……………………………..32

2.1.30. Representar personalmente al jefe………………………………..33

2.1.31. Organizar el trabajo del jefe………………………………………..33

2.1.32. Preparar la correspondencia de rutina del jefe…………………..33

2.1.33. Coordinar adecuadamente las actividades

 de la oficina…………………………………………………………..33

2.1.34. Mantener la oficina en funcionamiento en

usencia del jefe………………………………………………………33

2.1.35. Servir de enlace en las actividades externas de

 la oficina……………………………………………………………..34

2.1.36. Las relaciones con los compañeros…………………………….....34

2.2. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL…………………...34

2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS………………………………………..35

2.4. INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN……………………….39

2.5. MATRIZ CATEGORIAL…………………………………………….40

**CAPITULO III**

**METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN**

 3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN……………………………………...41

 3.1.1. Estudios cualitativos………………………………………………41

 3.1.2. Investigación de campo…………………………………………...41

 3.1.3. Investigación documental………………………………………...41

 3.1.4. Proyecto factible…………………………………………………...42

 3.1.5. Descriptiva o propositiva………………………………………….42

 3.2. MÉTODOS………………………………………………………….42

 3.2.1. Observación científica…………………………………………….42

 3.2.2. Recolección de información……………………………………...43

 3.2.3. Analítico…………………………………………………………….43

 3.2.4. Sintético…………………………………………………………….43

 3.2.5. Científico……………………………………………………………44

 3.2.6. Matemático o estadístico………………………………………….44

 3.3. TÉCNICAS…………………………………………………………..44

 3.3.1. Encuesta……………………………………………………………45

 3.4. POBLACIÓN………………………………………………………..45

 3.4.1. Cuadro de población de funcionarios………………………......45

 3.4.2. Cuadro de población a clientes………...………………………...45

 3.5. CÁLCULO DE MUESTRA A CLIENTES………………………...45

**CAPÍTULO IV**

**4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

 4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS………………………………..….47

**CAPÍTULO V**

**5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1. Conclusiones………………………………………………………56

 5.2. Recomendaciones………………………………………………...57

**CAPÍTULO VI**

**6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

6.1. TITULO DE LA PROPUESTA…………………………………....58

 6.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA……………………………..58

 6.3. FUNDAMENTACIÓN……………………………………………...60

 6.4. OBJETIVOS………………………………………………………...61

 6.4.1. Objetivo general…………………………………………………...61

 6.4.2. Objetivos específicos……………………………………………..61

 6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA……………………………62

 6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA…………………………..63

 6.7. IMPACTOS……………………………………………………….130

 6.7.1. Impacto social……………………………………………………130

 6.7.2. Impacto de la satisfacción y desempeño laboral…………….131

 6.7.3. Impacto administrativo………………………………………….131

 6.8. DIFUSIÓN………………………………………………………..130

 6.9. BIBLIOGRAFÍA…………………………………………………..132

 6.9.1. Lincografía………………………………………………………..134

 6.9.2. Anexos……………………………………………………………136

**RESUMEN**

En este trabajo de investigación se presenta diferentes capítulos. Como punto principal se presenta un antecedente de lo que fue la Cooperativa Atuntaqui y cómo se revela, de qué manera los primeros socios superaron grandes obstáculos; para la elaboración de este trabajo se planteó objetivos que son relevantes a esta información y se encuentra aspectos que contribuye a estructurar adecuadamente este trabajo de grado. Esta investigación se sostiene en la argumentación teórica de conceptos referentes a la atención al cliente y la imagen institucional que proyecta la secretaria. Se implantó una investigación en el cual se utilizó diferentes procedimientos que han sido apoyo para una información más detallada. El punto central de esta investigación está relacionado con la atención al cliente por parte de las secretarias y la influencia en el prestigio institucional. Para el estudio y análisis se realizó una investigación dentro y fuera de la Cooperativa Atuntaqui llevando a cabo una encuesta a clientes y funcionarios, alcanzando resultados exactos, debido a la atención que se brinda por parte de los funcionarios al público que visitan a diario esta Institución. En conclusión en este trabajo de investigación se demostró lo importante que es la atención al cliente dentro y fuera de una organización. Del mismo modo es conveniente que se brinde un servicio de calidad, ya que es algo esencial e importante para que exista un excelente ambiente laboral en el lugar donde se presta los servicios como secretaria, así es como se puede afirmar que existe un perfil específico de secretaria. En síntesis, corresponde al de una mujer, con facilidad para relacionarse con su entorno y que proyecta una imagen positiva, sobria y elegante; una de las características más relevantes del puesto de trabajo de secretaria es la estrecha colaboración existente entre ella y su jefe, ya que ha sido contratada para facilitar el trabajo del jefe y realizar una labor de apoyo, ningún ejecutivo puede alcanzar las metas que se ha propuesto sin contar con la ayuda de una buena secretaria que es sin duda su colaboradora más cercana. También debe tener una buena comunicación escrita, por lo que se esmerará al máximo en la presentación y contenido de los documentos comerciales. Del mismo modo, la secretaria tendrá que cuidar su forma de comunicarse con los demás, ya sean superiores, compañeros de trabajo o terceros ajenos a la empresa, logrando un buen desenvolvimiento en el lugar de trabajo y demostrar un interés por los visitantes porque ellos son quienes demandan un servicio logrando que una organización se mantenga con un buen prestigio. Por otra parte debe mantener buenas relaciones con sus compañeros de oficina y trabajar en un ambiente lo más agradable posible.

**ABSTRACT**

In this research presents different chapters. As a main point presents a history of what was the Cooperative Atuntaqui as revealed, how the first partners overcame great obstacles to the development of this work was goals that are relevant to this information and is contributing aspects to properly structure this paper grade. This research is supported in the theoretical argument of concepts related to customer service and corporate image projected by the secretary. We implemented an investigation in which we used different procedures that have been supported for more detailed information. The focus of this research is related to the customer by the secretaries and the influence of institutional prestige. For the study and analysis was carried out research within and outside the Cooperative Atuntaqui conducting a survey of clients and staff, achieving accurate results because of the care provided by the public officials who visit every day this institution . In conclusion in this research demonstrated the importance of customer service within and outside an organization. . Similarly, it is desirable to provide a quality service, as it is something essential and important for there to be an excellent work environment where services are provided as a secretary, this is how it can be said that there is a specific profile secretary. In short, corresponds to that of a woman, with easy to relate to their environment and projecting a positive image, sober and elegant; One of the major characteristics of the job of secretary is the close collaboration between this and his boss, as it has been contracted to facilitate the work of the head and perform support work, no executive can achieve the goals it has set itself without the help of a good secretary who is undoubtedly his closest collaborator. It should provide a good written communication, so you should strive to the maximum in the presentation and content of business documents. Similarly, the secretary must take care how they communicate with others, whether superiors, colleagues or others outside the company, achieving a good performance in the workplace that this corresponds to demonstrate an interest in visitors who demand because they are getting a service that an organization remains in good standing. . In addition to maintaining good relations with their office mates and work in an environment as pleasant as possible.

**INTRODUCCIÓN**

En la actualidad la atención al cliente deja mucho de qué hablar; por eso las secretarias son las encargadas de crear y mantener con el público relaciones cordiales, vínculos amistosos, basadas en ciertas reglas aceptadas y fundamentalmente, en el reconocimiento y respeto de la personalidad humana.

Hoy en día el personal que labora en las diferentes Instituciones debe estar consciente que todos se necesitan, que el trabajo en equipo debe convertirse en una realidad para que así se proyecte una situación especial de confianza y de responsabilidad hacia la empresa y al cliente ya que es la figura que siempre está presente porque es parte esencial de la Cooperativa Atuntaqui. También hay que establecer unas adecuadas y extraordinarias relaciones humanas, la virtud que hoy cultivan todos para que vean su grandeza y la de los demás, y así procurar el bien de los que nos rodean.

Con anhelo de aportar al mejoramiento de la atención al Cliente en la Cooperativa Atuntaqui presento este trabajo de investigación denominado “Análisis de la atención al cliente por parte de las secretarias de la Cooperativa Atuntaqui y su influencia en el prestigio institucional”.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se planteó como objetivo general, mejorar el nivel de calidad en la atención al cliente por parte de las secretarias de la Cooperativa Atuntaqui Ltda, y como objetivos específicos, diagnosticar la atención al cliente por parte de las secretarias de la Cooperativa Atuntaqui, conocer cuáles son las causas que han originado la atención al cliente por parte de las secretarias, elaborar un manual de atención al cliente para funciones de secretariado en la Cooperativa Atuntaqui y socializar el manual para mejorar la atención a los clientes y así obtener una buena imagen institucional

El propósito principal que trata de solucionar este problema es elaborar una manual de atención al cliente de manera directa en el campo socio laboral y administrativo. Un análisis de la atención al cliente puede favorecer para mejorar el servicio al público. Al dar a conocer las causas que han originado la atención al cliente, permitirá diagnosticar, consensuar y posibles cambios que se deben dar en la labor y el desempeño de las secretarias

La correcta aplicación del manual generará una amplia atención asertiva al cliente que beneficiará notablemente el servicio que brinda la Cooperativa Atuntaqui Ltda, y a sus miembros. Al socializar el manual va observarse las grandes transformaciones.

En cuanto a la estructura del trabajo de grado, cabe indicar que, está conformado por seis capítulos muy bien diferenciados, los mismos que a continuación se detalla.

El capítulo uno dedicado al problema de la Investigación en el que se incluye una reseña histórica de la Cooperativa Atuntaqui Ltda, una breve descripción sobre el planteamiento del problema. El capítulo dos trata fundamentación teórica, describe sobre lo que es la atención al cliente, la importancia del cliente, clasificación de los clientes y la imagen institucional que debe proyectar la secretaria dentro y fuera de su lugar de trabajo, los interrogantes de investigación y la matriz de coherencia. El capítulo tres presenta la metodología de la investigación aquí incluye cómo se realizó el trabajo de investigación y cuáles fueron los resultados, población de clientes, funcionarios, cálculo de muestra a clientes. El capítulo cuatro presenta el análisis e interpretación de resultados de las encuestas aplicadas a los clientes. El capítulo cinco trata sobre las conclusiones y recomendaciones. Finalmente el capítulo seis describe la propuesta alternativa, bibliografía y anexos realizados en la investigación.