

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE EDUCACION CIENCIAS Y TECNOLOGIA
(FECYT)**

**“LA ACTUALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS SECRETARIAS
DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y SU DESEMPEÑO
PROFESIONAL EN LA ZONA DE INTAG”.**

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS EN
SECRETARIADO EJECUTIVO**

AUTORES:

Méndez Vaca Rosa Cumandá
Morejón Torres Ruby América

TUTOR:

Dr. Carlos Jaramillo Puente

Ibarra – Ecuador

Marzo, 2009

APROBACION DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación sobre el tema:

“La actualización de conocimientos de las secretarias de las instituciones educativas y su desempeño profesional en la zona de Intag”, de las estudiantes: Méndez Vaca Rosa Cumandá y Morejón Torres Ruby América, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y meritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Jurado Examinador que el H. Consejo Directivo designe.

Ibarra, marzo del 2009

EL TUTOR

.....

DEDICATORIA

La presente investigación dedico con todo mi cariño y respeto a mis queridos Padres Guillermo Méndez e Imelda Vaca, los cuales son mensajeros de mis sinceros agradecimientos por el sacrificio y afán de darme una educación y a la vez una profesión ya que de ella depende mi futuro.

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mi Esposo
LUIS DANILO HERRERA RIVERA, por
su dedicación y esfuerzo en ayudarme a
culminar mi profesión, por su
comprensión y palabras de aliento.

En especial, dedico mi profesión a mi
hijo, un ser tierno e inocente que llenó mi
vida de felicidad: **SEBASTIAN
HERRERA**

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología.

A todos los profesores que me guiaron y ayudaron a direccionar nuestra tesis durante la realización del trabajo de investigación.

Y de manera especial al Dr. Carlos Jaramillo Puente como director de nuestra tesis.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación de nombre: “Actualización de conocimientos de las secretarias de las Instituciones Educativas y su desempeño profesional en la zona de Intag” ha sido realizado con el propósito de determinar los niveles de conocimientos y de capacitación que tienen las Secretarias de las Instituciones Educativas que se encuentran en la Zona de Intag para luego diseñar y difundir una propuesta de capacitación para las mismas.

La metodología que se aplicó para esta investigación fue cuantitativa, por cuanto se realizó en toda la población educativa de la Zona de Intag, para ello, se aplicó la técnica de la entrevista a cinco Autoridades de las respectivas instituciones de la zona, a cincuenta y nueve personas que conforman el Personal Docente, a veintiocho personas que conforman el Personal Administrativo y a ciento veintisiete Estudiantes de los diferentes planteles que se encuentran en la Zona de Intag.

Este proyecto contiene cinco capítulos en el cual el primer capítulo hace referencia al problema a solucionar; el segundo capítulo detalla el marco teórico en donde hace referencia a temas sobre el proceso administrativo, guía de mejoramiento, calidad de servicio al cliente, la secretaria, archivo; el tercer capítulo presenta la metodología que se aplicó en la investigación; el cuarto capítulo presenta el análisis e interpretación de resultados de las encuestas realizadas; el capítulo quinto da a conocer las conclusiones y recomendaciones.

Se finaliza este trabajo investigativo con el sexto capítulo en el que se presenta la propuesta: “PROGRAMA DE CAPACITACION A LAS SECRETARIAS DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA ZONA DE INTAG”.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCION

1

CAPITULO I

3

EL PROBLEMA

3

1.2.- ANTECEDENTES

3

1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

4

1.3.- FORMULACION DEL PROBLEMA

5

1.4.- DELIMITACION DEL PROBLEMA

5

1.4.1.- Delimitación de las unidades de observación

5

1.4.2.- Delimitación espacial

5

1.4.3.- Delimitación temporal

5

1.4.4.- Subproblemas

5

1.5.- OBJETIVOS

6

1.5.1.- General

6

1.5.2.- Específicos

6

1.6.- JUSTIFICACION

7

CAPITULO II	10
MARCO TEORICO	10
2.1.- FUNDAMENTACION TEORICA	10
2.1.1. EL PROCESO ADMINISTRATIVO	10
○ Planeación	10
○ Organización	13
○ Dirección	15
○ La Estrategia	16
○ La Jerarquía Administrativa	17
○ Obligaciones de los Funcionarios Administrativos	17
○ Control	18
2.1.2. GUIA DE MEJORAMIENTO	20
○ Guía	20
○ Tipos de Guías	21
○ Aspectos que caracterizan la guía	22
○ Guía de Mejoramiento	24
○ Procesos de Mejoramiento	25
○ Mejoramiento Continuo	26
2.1.3. CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE	29
○ Calidad	29
○ Los 5 pasos hacia la Calidad	34
○ Definición de Servicio	36
○ Importancia	37
○ Cultura del Servicio	39
○ Características del Servicio	41
○ Herramientas para mejorar el Servicio	42
○ Actitudes y Tipos	44
○ El cliente	45
○ Definición de Cliente	45
○ Tipos de Clientes	47
○ Mandamientos	48

2.1.4. LA SECRETARIA	51
○ Destrezas y cualidades	51
○ Mecanografía	52
○ Computación	52
○ Taquigrafía	52
○ Gramática	52
○ Ortografía	52
○ Caligrafía	53
○ Manejo de equipos de oficina	53
○ Archivo	53
○ Relaciones públicas	53
○ Idiomas	54
○ Inteligencia	54
○ Razonamiento	54
○ Creatividad	54
○ Iniciativa	55
○ Ejecutividad y eficiencia	55
○ Estabilidad emocional	55
○ Adaptabilidad	56
○ Espíritu de colaboración	56
○ Planificación del trabajo	56
○ Capacidad de atención	57
○ Buena memoria	57
○ Trato agradable	57
○ Atractivo personal	57
○ Buena imagen	58
○ Cualidades Éticas y Humanas de la Secretaria	58
○ Discreción	58
○ Lealtad	59
○ Honestidad	59
○ Amabilidad	59
○ Comedimiento	60
○ Tacto	60
○ Paciencia	60
○ Orden	60

○ Los modales	61
○ La postura del cuerpo	61
○ Forma de caminar	62
○ Forma de mantenerse de pie	62
○ Forma de sentarse y ponerse de pie	62
○ Forma de hablar	63
○ Control de los gestos	63
○ El vestuario	63
○ El calzado	64
○ Los accesorios y las joyas	64
○ El maquillaje	64
○ Las manos	64
○ El perfume	65
○ El peinado	65
○ Relaciones Humanas	65
○ Reglas Generales de Etiqueta	66
○ Uso del Teléfono	67
○ La voz en el teléfono	68
○ El trato al visitante	68
○ Importancia del cliente	68
○ La buena voluntad	69
○ Manejo del archivo	69
2.1.5. ARCHIVO	69
○ Qué es el archivo	69
○ Qué es Archivar	69
○ Importancia del archivo	70
○ Formación profesional	70
○ Informática	70
○ Redacción	71
○ Idiomas	71
○ Técnicas de archivo	71
○ Organización de la oficina	72
○ Relaciones humanas	72
2.2.- FUNDAMENTACION TEORICA PERSONAL	73

2.3.- GLOSARIO DE TERMINOS	74
2.4.- INTERROGANTES	76
2.5.- MATRIZ CATEGORIAL	77
CAPITULO III	78
METODOLOGIA	78
3.1.- TIPO DE INVESTIGACION	78
3.2.- METODOS	79
3.3.- TECNICAS E INSTRUMENTOS	80
3.4.- POBLACION	81
3.5.- MUESTRA	81
CAPITULO IV	85
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	85
○ ESTUDIANTES	86
○ PROFESORES	96
○ PERSONAL ADMINISTRATIVO	106
CAPITULO V	116
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	116
5.1.- CONCLUSIONES	116
5.2.- RECOMENDACIONES	118
CAPITULO VI	120
PROPUESTA	120
6.1.- LA PROPUESTA	120
6.2.- JUSTIFICACION	120
6.3.- OBJETIVOS	122

6.4.- UBICACIÓN SECTORIAL Y FISICA	123
6.5.- DESARROLLO DE LA PROPUESTA	124
6.6.- IMPACTOS	234
6.7.- DIFUSION	234
6.8.- BIBLIOGRAFIA	235
ANEXOS	

INTRODUCCION

Todos los seres humanos vivimos conforme a la posibilidad que la vida nos ofrece, sin embargo en este modesto trabajo, pero de gran contenido científico, ya que nos lleva a la reflexión y a la concientización y la vez concienciar a nuestras autoridades sobre el valor de la capacitación para que de esta forma mantengamos informados sobre los diferentes avances tecnológicos. Y de la misma forma en calidad de secretarias poder brindar la satisfacción de compartir la solución a los interrogantes presentados.

Ya que el aprendizaje es un mejoramiento para la institución en la que labora; los seres humanos aprendemos durante toda la vida, no solo aprendemos a escribir sino a leer, calcular, etc. A más de esto se aprende otras nociones como actitudes, valores, ideales, destrezas, matices, razonamientos, apreciaciones, etc. Todo esto constituye un aprendizaje global.

Es por eso que a veces sentimos la necesidad de mejorar su estado de animo y vemos que deseamos algo, en el lugar equivocado, en el momento equivocado y con las personas equivocadas quizá menos.

A veces es una de estas cosas, y otras se combinan las tres al mismo tiempo, el arte de nuestra búsqueda es darnos cuenta de una que nosotros también somos parte del problema y por lo tanto debemos ser parte de la solución.

Sobre salir de los problemas que nos ponen mal y como si nada seguir adelante con nuestra personalidad asumida como es el desarrollo de la presente investigación sobre la escasa o quizá con

mucha pena pongo a consideración este tema porque es algo que he venido sintiendo desde el inicio de mi labor como secretaria en la institución. Al parecer es una dependencia olvidada en esta zona a la cual dan poco y exige mucho.

Usted amigo lector podrá encontrar soluciones y respuestas en el presente tesis que es una recopilación de datos estadísticos investigado a los distintos establecimientos de lo más diversa índole, los mismos que nos hemos propuesto sin más preámbulos, pues todo lo maravilloso de este trabajo se encuentra en el interior de sus páginas.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

La zona de Intag está ubicada al sur occidente de la provincia de Imbabura, tiene un clima subtropical húmedo por encontrarse en las estribaciones de la cordillera occidental de los Andes, está poblada por colonos dedicados a la producción agropecuaria.

Las vías de acceso a la región, son de tercer orden por lo que se demora mucho tiempo en el recorrido, de 80Km a 120 Km., dependiendo de la ubicación de los pueblos; por la ciudad de Otavalo Vía Planta de Cemento Selva Alegre y por la ciudad de Cotacachi se tarda aproximadamente cuatro horas hasta García Moreno, tres horas y media a Apuela, tres horas a Selva Alegre, tres horas a Peñaherrera.

En la zona de Intag, perteneciente al cantón Cotacachi en la provincia de Imbabura, existen Colegios ubicados en las parroquias Apuela, Peñaherrera y García Moreno, Redes Educativas localizados en las parroquias, Selva Alegre y Cuellaje; el personal que trabaja en secretaría de estas instituciones no están actualizadas en sus conocimientos. Por lo que se produce inconformidad de profesores y padres de familia.

El rol de las Secretarias dentro de las Instituciones Educativas, en el campo administrativo requiere de profesionales con una amplia y sólida formación académica, que garantice agilidad, eficiencia en las ejecutorias diarias de una secretaria y de manera particular una amplia preparación dentro de las relaciones humanas.

1.2. Planteamiento Del Problema

Se ha observado que en las instituciones educativas del sector público, existe un desconocimiento sobre una verdadera calidad de servicio al cliente, considerados como tales: estudiantes, profesores y padres de familia, quizá por falta de preparación del Personal Administrativo y la falta de cursos de actualización, en razón de que el usuario es motor vital y principal impulsor de toda institución.

En la labor que desempeñan las secretarias en las principales Instituciones, tanto públicas como privadas existentes en la zona de Intag, presentan algunos problemas como: La mala coordinación de sus trabajos, poca eficiencia en el aspecto administrativo institucional, deficiente atención a estudiantes, profesores y padres de familia; debido a la escasez de conocimientos actualizados y normas de cortesía que ayuden a mejorar su desempeño.

El incorrecto ejercicio de la labor de las secretarias determina que se produzca una serie de consecuencias negativas que afectan a las instituciones como la inconformidad de sus superiores produciéndose el egoísmo personal, la impaciencia, la desorganización de sus actividades, la impuntualidad y el conformismo de sus conocimientos desactualizados.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo mejorar el desempeño profesional de las secretarías de las Instituciones Educativas de la zona de Intag?

1.4. Delimitación Del Problema

1.4.1 Delimitación de unidades de observación

La presente investigación, la realizamos a los, estudiantes y personal docente y administrativo de las Instituciones Educativas de la zona de Intag.

1.4.2. Delimitación Espacial

Estas encuestas fueron orientadas y realizadas en el sector rural de la Zona de Intag, en los colegios: Nacional Apuela, José Peralta, Gabriel García Moreno y, las Redes Educativas de las parroquias: Selva Alegre y Cuellaje.

1.4.3. Delimitación Temporal

El tiempo para la presente investigación, será el año lectivo 2008-2009.

1.4.4. Subproblemas

a) ¿Qué nivel de conocimientos tienen las Secretarías de las Instituciones Educativas de la Zona de Intag?

b) ¿Qué nivel de capacitación tiene las secretarias de las Instituciones Educativas de la Zona de Intag?

c) ¿Cómo mejorar los conocimientos de las secretarias y la atención a los integrantes de la comunidad educativa de las Instituciones Educativas de la Zona de Intag?

1.5 OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General de la investigación

Elaborar una propuesta de capacitación y actualización de conocimientos a las secretarias de las Instituciones Educativas en la zona Intag,

1.5.2 Objetivos Específicos

- a)** Determinar los niveles de conocimientos que tienen las Secretarias de las Instituciones Educativas de la Zona de Intag.
- b)** Determinar el nivel de capacitación que tienen las secretarias de las Instituciones Educativas de la Zona de Intag.
- c)** Diseñar el programa de capacitación.
- d)** Difundir la propuesta en las instituciones Educativas de la zona de Intag, con las secretarias beneficiarias del proyecto.

1.6 Justificación

Si se considera que el desarrollo profesional es provocado por la acción de las personas; siendo la competencia, el motor que impulsa el desarrollo de la Institución, para ello el factor fundamental es sin lugar a dudas la actualización de conocimientos de las secretarías, la que permite la eficiencia en los servicios y genera entusiasmo en la comunidad; de ahí la importancia de la investigación.

Hasta hoy no se han realizado proyectos de actualización profesional para secretarías que laboran en las instituciones educativas de los sectores rurales de difícil acceso, esta investigación permitirá el auto aprendizaje en las competencias básicas que debe reunir una secretaria para el ejercicio eficiente de sus funciones, por eso este trabajo es original.

La investigación contribuye al debate sobre el mejoramiento de la calidad de los servicios de secretaría, como disponibilidad de la base de datos, centro de atención al cliente y asesoramiento legal a los distintos estamentos institucionales. De ahí que la investigación es de actualidad.

El avance vertiginoso de la tecnología de la información y comunicación permite a la secretaría de las instituciones educativas mejorar la calidad de atención a los usuarios que son los estudiantes, padres de familia y comunidad, su manejo con criterio profesional contribuye al desarrollo individual y social, por lo que este criterio orienta el presente trabajo de grado.

El perfeccionamiento de las capacidades, habilidades y destrezas de desempeño de las actividades productivas, sociales, y administrativas del

ser humano contribuye a activar las aptitudes innatas y las actitudes positivas como ser social con anhelos, querencias y deseos, que favorecen alcanzar sus propósitos de realización y trascendencia con la colaboración de autoridades, maestros, padres de familia, estudiantes y personal de secretaría de las instituciones beneficiarias del estudio.

Para este trabajo se cuenta con recursos humanos, bibliográficos, técnicos, materiales y económicos necesarios, que constituyen un aporte para mejorar la calidad del servicio de secretaría.

La realización de esta investigación es factible porque se refleja que en la actualidad la secretaria debe estar siempre con conocimientos actualizados beneficia directamente a las Instituciones educativas de la Zona de Intag.

La razón que nos llevó a optar por este tema es por el gusto, por el aprecio que tenemos por nuestra profesión, es por eso que elevamos nuestra voz de protesta a través de este documento esperando que todo lo que se haya plasmado en estas hojas sea de realización en su totalidad o en parte.

Ya que existe despreocupación de autoridades de turno, provocando el descontento e inconformidad de quienes ocupamos el departamento de secretaria.

Queremos a través de este documento se hagan un recordatorio de que existimos y queremos actualizar nuestros conocimientos y estar de alguna manera acorde con los avances tecnológicos y científicos.

En la actualidad el campo de trabajo es muy amplio, nos desarrollamos con una igualdad de oportunidades en los diferentes procesos públicos y

privados, en la política, en la educación, que con nuestro gran esfuerzo hemos alcanzado frutos de trabajo que hemos entregado a la sociedad con lealtad y responsabilidad y ética profesional.

La oficina de secretaria constituye el centro de información de mucha importancia dentro de una institución, sea esta pública o privada, el rol protagónico desempeñado por la secretaria, a través de todos los tiempos ha sido base fundamental para el progreso y desarrollo de nuestra civilización. El entorno femenino ha sido representado a través de la historia de generación en generación.

La secretaria se desenvuelve con el trabajo diario al progreso de la sociedad, esa tarea abnegada se refleja en la entrega total a su misión y permanente responsabilidad como funcionaria, profesional y trabajadora en general, en definitiva somos las promotoras del futuro.

CAPÍTULO II

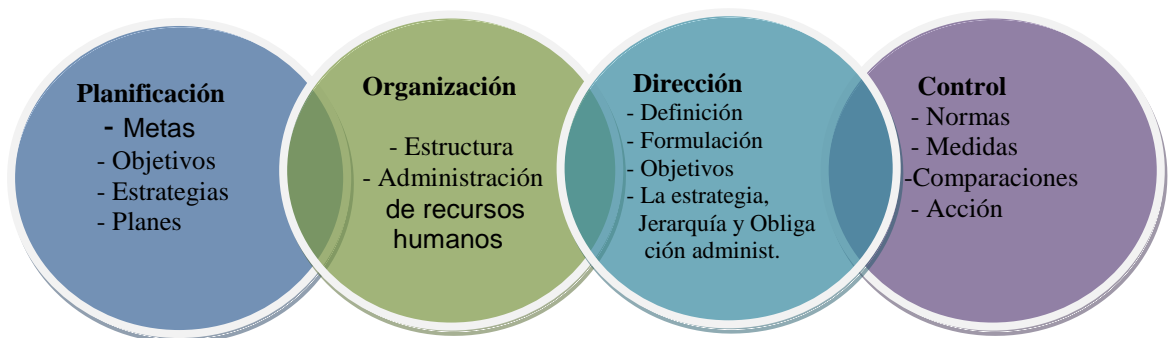
2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. El Proceso Administrativo

El proceso administrativo es un conjunto de pasos o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.



PLANEACIÓN

La planificación requiere definir los objetivos o metas de la

organización, estableciendo una estrategia general para alcanzar esas metas y desarrollar una jerarquía completa de planes para coordinar las actividades y se ocupa tanto de los fines (¿qué hay que hacer?) como de los medios (¿cómo debe hacerse?).

Sin la planificación, los departamentos podrían estar trabajando con propósitos encontrados e impedir que la organización se mueva hacia sus objetivos de manera eficiente.

La planificación es una guía para:

- Que la organización consiga y dedique los recursos que se requieren para alcanzar sus objetivos.
- Que los miembros realicen las actividades acordes a los objetivos y procedimientos escogidos.
- Que el progreso en la obtención de los objetivos sea vigilado y medido, para imponer medidas correctivas en caso de ser insatisfactorio.

Los planes que tienen aplicación en toda la organización, que establecen los planes generales de la empresa y que buscan posicionar a la organización en términos de su entorno son llamados planes **estratégicos**. Los planes que especifican los detalles de cómo serán logrados los planes generales se denominan planes **operativos**.

La planificación se la puede realizar tomando en consideración:

- ◆ El Marco Temporal: Corto Plazo (menos de 1 año) y Largo Plazo (Más allá de 5 años)
- ◆ La Especificidad: específicos (claramente definidos), direccionales (flexibles, establecen guías generales).

- ◆ La Frecuencia de uso: uso único (son generados para una situación única), permanente (planes continuos para actividades repetidas)

Los Objetivos

Son los resultados esperados por individuos, grupos o hasta organizaciones enteras. Contribuyen a dar dirección a todas las decisiones gerenciales y forman el criterio contra el cual los logros pueden ser medidos.

Para establecer los objetivos debemos considerar:

- ✓ Convertir la visión en específicos blancos de acción.
- ✓ Crear normas para rastrear el desempeño.
- ✓ Presionar a ser innovadores y enfocados.
- ✓ Ayudar a prevenir costos y complacencias si los propósitos necesitan alargarse.

Los objetivos pueden ser:

- ◆ Financieros: buscan resultados enfocados en mejorar el desempeño financiero de la compañía.
- ◆ Estratégicos: buscan resultados enfocados en mejorar la competitividad y su posición de negocios a largo plazo.

Es importante decidir o estar identificado con los objetivos que se van a alcanzar. Un común denominador de todos los individuos y organizaciones de éxito, es que establecen objetivos identificables, que se ajusten a la realidad y luego ver si se cumplen estas metas. Si no se

busca un propósito o resultado final, no hay justificación para la planeación administrativa.

Siglos atrás el filósofo romano Séneca expreso "Si un hombre no sabe a que puerto se dirige ningún viento le es favorable". ¹

ORGANIZACIÓN

La organización es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización. Diferentes metas requieren diferentes estructuras para poder realizarlos.

DIAZ, Carlos dice: La organización es la base para la coordinación, así como la distribución y orden de las partes, asimismo es conducir y guiar. Organización es dar a las partes de un todo, la disposición necesaria para que puedan funcionar.

La organización, por ser elemento final del aspecto teórico, recoge completamente y llega hasta sus últimos detalles, todo lo que la planeación ha señalado respecto a cómo debe ser una empresa.

Etapas de la Organización

¹ www.monografias.com/trabajos6/napro/napro/shtml

- ❖ División del Trabajo: Separar y delimita las actividades, con el fin de realizar una función con la mayor precisión, eficiencia y el mínimo esfuerzo.
- ❖ Jerarquización: Es la disposición de las funciones de una organización por orden de rango, grado o importancia.
- ❖ Departamentalización: Es la división y el agrupamiento de las funciones y actividades específicas, con base en su similitud.

Principios Básicos para la Organización:

- 1) Principio del Objetivo: Todas las actividades establecidas en la organización deben relacionarse con los objetivos y propósitos de la empresa.
- 2) Principio de la Especialización: El trabajo de una persona debe limitarse hasta donde sea posible, a la ejecución de una sola actividad.
- 3) Principio de la Jerarquía: Se deben de establecer centros de autoridad de los cuales emane la comunicación necesaria, para lograr los planes en los cuales la autoridad y la responsabilidad fluyan en una línea clara e ininterrumpidamente, desde el más alto ejecutivo, al nivel más bajo.
- 4) Paridad de Autoridad y Responsabilidad: A cada grado de autoridad conferido, debe corresponder el grado de autoridad necesario para cumplir dicha responsabilidad.

- 5) Unidad de Mando: Establece que al determinar un centro de autoridad y decisión para cada función, debe asignarse un solo jefe y que los subordinados no deberán reportar a más de un superior, pues el hecho de que un empleado reciba órdenes de más de dos jefes, solo conduce a la ineficiencia.
- 6) Difusión: Las obligaciones de cada puesto deben publicarse y ponerse por escrito, a disposición de todos los miembros de la empresa que tengan relación con ellas.
- 7) Amplitud o tramo de control: Hay un límite en cuanto al número de subordinados que deben reportar a un ejecutivo.
- 8) La Coordinación: Las unidades de una organización siempre deberán de mantenerse en equilibrio.
- 9) Continuidad: Una vez que se ha establecido, la estructura organizacional, requiere mantenerse, mejorarse y ajustarse a las condiciones del medio ambiente.

DIRECCIÓN

La dirección es la actividad que encamina, en la acción de dirigir el conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o una entidad o empresa, tanto como el llevar a cabo los planes, como los objetivos de una organización.

La dirección se puede definir de diversas maneras como una técnica o especialidad establecida, como consecuencia del ser humano de conformar grupos; como consorcios, sociedades, instituciones o empresas, y que cada grupo tenga su propia dirección

La dirección puede definirse también como un sistema mediante el cual las operaciones y objetivos de determinados grupos humanos se fijan, se deciden y señalan.

La diferencia entre dirección y administración, es que la dirección indica la función que gobierna y encamina las acciones del personal de una entidad o empresa, para llevar a cabo sus planes y sus objetivos. Y la administración es la actividad que indica con precisión, las bases, sus planes y los recursos y los elementos que deben usarse para lograrlos.

La Estrategia

La estrategia es una especialidad de una composición de conocimiento, juicio y de estudio de las circunstancias y normas que ha sido completamente admitida como un objetivo de utilidad para los ejecutivos. Concepto que concibe ayuda a las organizaciones que se componen de elementos diversos, que podrían interferir en la buena marcha de la empresa, complicándola.

Con la estrategia se puede replicar con satisfacción a un ambiente que agita, que alborota o se muestra belicoso dentro de la empresa u organización. Por lo cual los ejecutivos pueden tener confianza y esperanza firme en ella. La política de la empresa señalará cómo debe implementarse la estrategia y cómo se debe formular y definir. Los objetivos dentro de la empresa, pueden ser de diferentes formas o modelos, por lo cual estos objetivos, imponen la obligación de seleccionar posibles estrategias.

La Jerarquía Administrativa

La dirección de la empresa, utiliza constantemente la investigación, el planeamiento, el conjunto de disposiciones que deben ser aceptadas y el asesoramiento administrativo en las acciones, modos de obrar y métodos, que deben efectuarse ejecutivamente.

Constantemente en las empresas, se presentan problemas o cuestiones que deben tratarse de resolver por medio de procedimientos administrativos. Los asuntos en las empresas se dirigen y canalizan generalmente en índoles o bases que guardan relación con el equilibrio o estabilidad, pero no se puede correr riesgos de pérdidas o darse por desentendido, desconociendo los resultados que están por venir. Por lo cual se precisa de la investigación, de los análisis y del estudio de posibilidades siempre, antes de llevar a cabo cualquier acción.

La dirección debe observar, que los funcionarios de mando medio tengan la cautela y la discreción correcta, por lo que sus superiores ejecutivos deben revisar sus labores y sus actuaciones frente a los subordinados que ellos mandan. Para que siempre estén atentos y no pierdan la perspicacia de ingenio, la aptitud para hacer o no hacer una cosa y no desperdicien la oportunidad de utilizar nuevos métodos y destrezas en materias como menores costos, mejor producción, ampliar sus mercados y tratar de beneficiar como mejores utilidades a los integrantes de la empresa en general.

Obligación de los Funcionarios Administrativos

Los integrantes tanto del departamento administrativo deben tener la preparación técnica y profesional, como las personas del grupo administrativo deben ser especialistas en administración.

CONTROL

El control es la última función en el proceso administrativo. Al igual que la planificación, el control se ejerce continuamente. Por lo tanto, hay procesos de control que deben siempre estar funcionando en una empresa. Controlar puede definirse como un proceso de medir y evaluar el desempeño (o resultados reales) de cada componente organizacional de una empresa, efectuar la acción correctiva, cuando sea necesaria, para asegurar el cumplimiento eficiente de los objetivos, metas, políticas y normas de la empresa, las cuales son establecidas en la planeación.

El control se ejerce a través de la evaluación personal, los informes periódicos de desempeño. Un proceso de control corriente, cuyo propósito sea ayudar a vigilar las actividades periódicas de una empresa y de cada centro de responsabilidad, consta de las siguientes fases:

- a) Comparar el desempeño (resultados reales) con las metas y normas planificadas.
- b) Preparar un informe de desempeño que muestre los resultados reales, los resultados planificados y cualquier diferencia entre ambos.
- c) Analizar las variaciones y las operaciones relacionadas para determinar las causas subyacentes de las variaciones.
- d) Desarrollar cursos de acción opcionales para corregir cualesquier deficiencia y aprender de los éxitos.
- e) Hacer una selección (acción correctiva) del menú de alternativas y ponerla en práctica.

- f) Hacer el seguimiento necesario para evaluar la efectividad de la corrección; continuar con la alimentación adelantada para efectos de re planificación.

Un importante aspecto de control que a menudo se pasa por alto, es su relación con el momento de la acción. El control no puede ser a posteriori; por ejemplo, un desembolso ya efectuado o una ineficiencia ya cometida no puede deshacerse. Por lo tanto, debe aplicarse un control eficaz en el momento de la acción o cuando se asuma el compromiso. Este concepto sugiere que el gerente responsable de ciertas acciones debe empeñarse en alguna forma de control previo; para hacer tal cosa, los objetivos, los planes, las políticas y las normas deben haber sido comunicados al gerente y plenamente comprendidos por éste con la anticipación necesaria.

Etapas del Control:

- ❖ Establecimiento de Estándares: Representan el estado de ejecución deseado, de hecho no es más que los objetivos definidos de la organización.
- ❖ Medición de Resultados: Es medir la ejecución y los resultados, mediante la aplicación de unidades de medida, que deben ser definidas de acuerdo con los estándares.
- ❖ Corrección: La utilidad concreta y tangible del control esta en la acción correctiva para integrar las desviaciones con relación a los estándares.
- ❖ Retroalimentación: Mediante ella la información obtenida se ajusta al sistema administrativo al correr del tiempo.

Principios del Control:

- 1) Equilibrio: Debe de haber un balance entre el control y la delegación.
- 2) De los Objetivos: El control existen en función de los objetivos, el control no es un fin, sino un medio para alcanzar los objetivos.
- 3) De la Oportunidad: El control debe de ser oportuno, debe de aplicarse antes de que se presente el error.
- 4) De las Desviaciones: Todas las desviaciones que se originen deben de analizarse detalladamente y saber por qué surgieron, para que en un futuro no se vuelvan a presentar.
- 5) Costeabilidad: Se deben de justificar el costo, que este represente en dinero y tiempo, en relaciones con las ventajas reales que este aporte.
- 6) De la Excepción: El control debe de aplicarse a las actividades representativas, a fin de reducir costos y tiempo.
- 7) De la Función Controlada: La función que realiza el control, no debe de estar involucrada con la actividad a controlar.

2.1.2. GUÍA DE MEJORAMIENTO

GUÍA

Una guía es un instrumento impreso con orientación técnica para el usuario, que incluye toda la información necesaria para el correcto uso y

manejo provechoso de trámites administrativos tanto interno como externo.

La guía apoya al usuario a decidir qué, cómo, cuándo y con ayuda de qué se va a realizar una gestión personal o institucional, con el fin de mejorar el servicio de atención al cliente.

Tipos de Guías

Guía General de Discusión

La Guía de discusión es un documento de apoyo al debate educativo, que tiene por finalidad motivar, estimular y facilitar el debate.

Guía de Mejoramiento

Esta guía podrá ayudar, porque recoge y presenta orientaciones, pasos y ejemplos de cómo se están haciendo los planes de mejoramiento. Tiene indicaciones para convencernos de que no sólo es necesario, sino posible y estimulante mejorar. Más aún, cuando redundando en la educación de los jóvenes que el país necesita.

Guía de la Administración Pública de la Ciencia

El Ecuador no cuenta con reglamentación específica sobre fondos para el financiamiento de proyectos precompetitivos, ni que creen mecanismos de estímulos a los investigadores. Las propuestas para incorporar a la legislación nacional la creación de un fondo para la innovación tecnológica y de estímulos económicos para investigación de carrera se han quedado a nivel de estudios.

Aspectos que caracterizan la guía

Son características el mejoramiento de las instituciones educativas parte del reconocimiento de la manera cómo están desarrollando su labor. Así permite establecer los procesos que se encuentran afianzados en la institución y han demostrado su capacidad de generar los resultados esperados, así como los que requieren ser fortalecidos.

Componentes estructurales

Los componentes básicos de una guía que posibilitan sus características y funciones son los siguientes:

Índice: En él debe consignarse todos los títulos, niveles y su correspondiente página para que, como cualquier texto, el destinatario pueda ubicarlos rápidamente.

Presentación: Antecede al cuerpo del texto y permite al autor exponer el propósito general de su obra, orientar la lectura y hacer consideraciones previas útiles para la comprensión de los contenidos del material de lectura.

Objetivos generales: Los objetivos permiten al participante identificar los requerimientos conceptuales procedimentales y actitudinales básicos a los que se debe prestar atención a fin de orientar el aprendizaje.

Esquema resumen de contenidos: Presenta en forma esquemática y resumida al cliente de todos los puntos fundamentales de que consta el tema correspondiente, facilitando así su acceso o bien su reforzamiento.

Desarrollo de contenidos: Aquí se hace una presentación general de la temática, ubicándola en su campo, en el contexto del curso general y destacando el valor y la utilidad que tendrá para el futuro de la labor profesional o dentro de la organización.

Temática de estudio: Los contenidos básicos se presentan a manera de sumario o bien de esquema según sea el caso, con la intención de exponer de manera sucinta y representativa, los temas y subtemas correspondientes a las lecturas.

Actividades para el aprendizaje: Es indispensable incluir actividades para que el usuario trabaje y actúe sobre los contenidos presentados, a fin de desarrollar las competencias o capacidades planteadas en los objetivos generales o específicos.

Son tareas, ejercicios, prácticas o actividades diversas que el autor pide al estudiante para que se apropie del contenido y refuerce o amplíe uno o varios puntos del desarrollo del tema.

Ejercicios de auto evaluación: Tienen como propósito ayudar al cliente a que se evalúe por sí mismo, en lo que respecta a la comprensión y transferencia del contenido del tema.

Incluye ejercicios de auto evaluación, cuestionarios de relación de columnas, falso y verdadero, complementación, preguntas de ensayo y de repaso, análisis de casos y, por supuesto, respuestas a los ejercicios y cuestionarios.

Es aconsejable que los materiales ofrezcan la posibilidad de retroalimentación al usuario, por lo que se le sugiere la inclusión de respuestas o soluciones explicativas a todos los ejercicios; desarrollo

paso a paso de los ejercicios; resúmenes o instrucciones claras para la resolución de modelos de ejercicios.

Bibliografía de apoyo: No se debe olvidar la pertinencia de proponer bibliografía tanto básica como complementaria, en el cual el destinatario pueda encontrar, en caso de necesitarlo, otras explicaciones sobre lo que se está estudiando.

Se puede incluir información de bibliografía adicional, videos, visitas para la consulta y ampliación de los temas a sugerencia del asesor.

Consideraciones finales: No existen modelos únicos ni determinantes. La estructura de la guía obedece a las condiciones institucionales en que se determina su producción y uso, no es así, sus características y funciones básicas que son en materias escritas la traducción de una metodología propia que promueve aprendizajes significativos a distancia.

Guía de Mejoramiento

El mejoramiento de las instituciones educativas parte del reconocimiento de la manera cómo están desarrollando su labor. Así permite establecer los procesos que se encuentran afianzados en la institución y han demostrado su capacidad de generar los resultados esperados, así como los que requieren ser fortalecidos.

El propósito de la Revolución Educativa ha sido ampliar la cobertura educativa, mejorar la calidad de la educación y mejorar, también, la eficiencia del sector. La estrategia para diseñar y poner en marcha un sistema permanente de mejoramiento de la calidad educativa comprende cuatro componentes: i) el diseño y divulgación de estándares en competencias básicas; ii) la evaluación censal y sistemática de los

sectores administrativos; **iii**) la divulgación de los resultados de esas evaluaciones; y iv) la formulación y aplicación de planes de mejoramiento en todas las instituciones educativas del país. Queremos administradores educativos competentes que aprendan lo que tienen que aprender y que cumplan en la forma más eficiente su responsabilidad.

Procesos de Mejoramiento

La búsqueda de la excelencia comprende un proceso que consiste en aceptar un nuevo reto cada día. Dicho proceso debe ser progresivo y continuo. Debe incorporar todas las actividades que se realicen en la empresa a todos los niveles.

El proceso de mejoramiento es un medio eficaz para desarrollar cambios positivos que van a permitir ahorrar dinero tanto para la empresa como para los clientes, ya que las fallas de calidad cuestan dinero.

Asimismo este proceso implica la inversión en nuevas maquinaria y equipos de alta tecnología más eficientes, el mejoramiento de la calidad del servicio a los clientes, el aumento en los niveles de desempeño del recurso humano a través de la capacitación continua, y la inversión en investigación y desarrollo que permita a la empresa estar al día con las nuevas tecnologías.

En síntesis Crosby establece un Proceso de Mejoramiento de la Calidad en quince pasos:

- ▶ Compromiso de la dirección a mejorar la calidad.
- ▶ La dirección debe ejercer el liderazgo para implementar la calidad, si no es así los demás empleados no van a tener el empuje necesario para lograr por si solos.

- ▶ Formación de equipos para el mejoramiento de la calidad.
- ▶ Se integran equipos cuyo propósito es guiar el proceso y promover su evolución, comprometidos con la meta de calidad.
- ▶ Medición de la calidad.
- ▶ Periódicamente revisar con los clientes si estamos cumpliendo con sus especificaciones, para poder mejorar la calidad proporcionada.
- ▶ Determinación y evaluación del costo de la calidad.
- ▶ Consiste en establecer un procedimiento para determinar el costo de las actividades, para utilizarlo como medida del mejoramiento de la calidad.
- ▶ Crear conciencia sobre la calidad.
- ▶ A todo el personal por medio de información, de lo que cuesta hacer mal las cosas y los resultados que se obtienen con el mejoramiento de la calidad.
- ▶ Acción correctiva.
- ▶ Instituir juntas de supervisión para corregir las observaciones.
- ▶ Planeación del programa cero defectos.
- ▶ Elaborar plan de desarrollo de una convivencia social de la empresa, en el cual participaran oradores que representen a los clientes, los sindicatos, las comunidades, los empleados.
- ▶ Educación multidisciplinaria a todo el personal.

Mejoramiento Continuo

L.P. Sullivan (1CC 994), define el Mejoramiento Continuo, como un esfuerzo para aplicar mejoras en cada área de las organizaciones, que están en contacto directo con los clientes.

Abell, D. (1994), da como concepto de Mejoramiento Continuo una mera extensión histórica de uno de los principios de la gerencia científica, establecida por Frederick Taylor, que afirma que todo método de trabajo

es susceptible de ser mejorado (tomado del Curso de Mejoramiento Continuo dictado por Fadi Kbbaul).

Eduardo Deming (1996), según la óptica de este autor, la administración de la calidad total requiere de un proceso constante, que será llamado Mejoramiento Continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca.

Con las anteriores definiciones podemos decir: que el Mejoramiento Continuo es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo.

La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de esta. Dada la necesidad de entregar valor agregado a los procesos, el mejoramiento continuo permite aumentar la calidad de los productos y servicios y la constante satisfacción del cliente, también incrementa la capacidad de una organización para competir y le entrega la oportunidad a sus miembros para contribuir, crecer y ganar excelencia.

Partiendo de esta premisa se puede inferir que el mejoramiento del Gemba-Kaisen y los niveles de atención al público, dan un toque personal a la relación Institución-cliente, lo cual hará que el cliente se sienta seguro y con sentido de pertenencia, manteniéndose satisfecho y produciendo un efecto multiplicador y por ende una excelente atención al público, la Gerencia debe establecer estándares y desarrollar autodisciplina entre empleados para asegurarse que no se cometan errores.

Se debe tener un mejoramiento continuo a través de los años los

empresarios han manejado sus negocios trazándose sólo metas limitadas, que les han impedido ver más allá de sus necesidades inmediatas, es decir, planean únicamente a corto plazo; lo que conlleva a no alcanzar niveles óptimos de calidad y por lo tanto a obtener una baja rentabilidad en sus negocios.

Según los grupos gerenciales de las empresas japonesas, el secreto de las compañías de mayor éxito en el mundo radica en poseer estándares de calidad altos tanto para sus productos como para sus empleados; por lo tanto el control total de la calidad es una filosofía que debe ser aplicada a todos los niveles jerárquicos en una organización, y esta implica un proceso de Mejoramiento Continuo que no tiene final. Dicho proceso permite visualizar un horizonte más amplio, donde se buscará siempre la excelencia y la innovación que llevarán a los empresarios a aumentar su competitividad, disminuir los costos, orientando los esfuerzos a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Para llevar a cabo este proceso de Mejoramiento Continuo tanto en un departamento determinado como en toda la empresa, se debe tomar en consideración que dicho proceso debe ser: económico, es decir, debe requerir menos esfuerzo que el beneficio que aporta; y acumulativo, que la mejora que se haga permita abrir las posibilidades de sucesivas mejoras a la vez que se garantice el cabal aprovechamiento del nuevo nivel de desempeño logrado.

¿Por Qué Mejorar?

El Cliente es el Rey

Según Harrington (1987), "En el mercado de los compradores de hoy el cliente es el rey", es decir, que los clientes son las personas más

importantes en el negocio y por lo tanto los empleados deben trabajar en función de satisfacer las necesidades y deseos de éstos. Son parte fundamental del negocio, es decir, es la razón por la cual éste existe, por lo tanto merecen el mejor trato y toda la atención necesaria.

La razón por la cual los clientes prefieren productos del extranjeros, es la actitud de los dirigentes empresariales ante los reclamos por errores que se comentan: ellos aceptan sus errores como algo muy normal y se disculpan ante el cliente, para ellos el cliente siempre tiene la razón.

Boquet, 1996 dice: Otro aspecto importante en la gestión de la calidad es el Mejoramiento de la calidad, se refiere tanto a una filosofía como a un sistema de gestión. No desecha los métodos tradicionales de control y garantía de calidad de un sistema, sino que se trata de una extensión de esas actividades y requiere de un nuevo enfoque y una ampliación de actividades en la organización en la búsqueda de la calidad, para aumentar la efectividad y la eficiencia de la estructura, el proceso y los resultados mencionados anteriormente. La meta es proporcionar beneficios añadidos a la organización para beneficios de los usuarios.

2.1.3 CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE

Calidad

HOROVITZ, Jacques dice: "La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela. Representa, al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad".

Pedro Larrea Angulo dice: "Calidad es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y

cualitativos, de servicio".

Philip B. Crosby manifiesta que "Alentar a las personas para que establezcan objetivos de mejora para sí mismo y sus grupos, establecer un programa de reconocimiento para aquellos que logren su objetivo de calidad, dedicación de todos a encontrar cuáles son los requisitos y necesidades de los clientes, cubrimiento de toda la compañía en la administración de la calidad, la educación en calidad y el énfasis en la prevención de defectos, un suministro continuo de información, educación y capacitación a los empleados sobre su trabajo, políticas claras".

Calidad ahora va más allá de crear un producto superior a la medida y de buen precio, ahora se refiere a lograr productos y servicios cada vez más competitivos, esto entraña hacer las cosas bien desde la primera vez en lugar de cometer errores y después corregirlos.

¿Cómo nace la Calidad?

La concepción de calidad, no es un privilegio de nuestros tiempos ya que los japoneses fueron los pioneros. La Segunda Guerra Mundial dejó a la economía nipona en una situación catastrófica, con productos pocos competitivos que no tenían cabida en los mercados internacionales, por ello los japoneses reaccionaron y adoptaron sistemas de calidad, lo cual les llevó a registrar crecimientos espectaculares.

Actualmente ya satisfecha la necesidad de entregar un producto o servicio, es importante plantearse como empresa crecientes desafíos, que apunten al desarrollo de ventajas, con el fin de marcar la diferencia en el mercado nacional e internacional.

Para un efectivo funcionamiento del sistema de calidad es importante

su introducción a todos los procesos de la empresa llevando un mejoramiento de los productos y servicios a un crecimiento en la capacidad de competencia en el mercado, en una constante satisfacción del cliente, en otras palabras, aumentando a efectividad y eficiencia de las actividades y procesos se pueden lograr beneficios adicionales a la organización y a sus clientes.

Para cumplir con los requisitos de los Sistemas de Calidad y para el Aseguramiento de ésta, se utilizan las Normas ISO-9000, que son elaboradas por la Organización Internacional de Estandarización.

En los últimos años hemos sido testigos del surgimiento de la cuestión “Calidad” con una vitalidad que no reconoce antecedentes inmediatos. Se trata de una nueva vertiente de exigencias, requisitos, metodologías de trabajo, presentación de productos, etc. que viene operando como un instrumento de diferenciación de bienes y servicios y, a su vez, como una manera de discriminar nichos de mercado e incluso imponer condiciones de los sectores más concentrados y poderosos a los sectores con menos capacidad de negociación.

Calidad Total ¿Moda o Realidad?

Jesús Alberto Viveros Pérez, dice que la calidad se establece por 13 principios:

1. Hacer bien las cosas desde la primera vez.
2. Satisfacer las necesidades del cliente (tanto externo como interno ampliamente)
3. Buscar soluciones y no estar justificando errores.
4. Ser optimista siempre
5. Tener buen trato con los demás.

6. Ser oportuno en el cumplimiento de las tareas.
7. Ser puntual.
8. Colaborar con amabilidad con sus compañeros de equipo de trabajo.
9. Aprender a reconocer nuestros errores y procurar enmendarlos.
10. Ser humilde para aprender y enseñar a otros.
11. Ser ordenado y organizado con las herramientas y equipo de trabajo.
12. Ser responsable y generar confianza en los demás.
13. Simplificar lo complicado, desburocratizando procesos,

Objetivos de la calidad.

Los objetivos de la calidad pueden ser vistos desde diferentes puntos de vista. Por una parte se busca la completa satisfacción del cliente para diferentes fines, por otra parte puede ser el lograr la máxima productividad por parte de los miembros de la empresa que genere mayores utilidades, también se puede ver como un grado de excelencia, o bien puede ser parte de un requisito para permanecer en el mercado aunque no se esté plenamente convencido de los alcances de la calidad.

Sin embargo, el objetivo fundamental y el motivo por el cual la calidad existe, es el cumplimiento de las expectativas y necesidades de los clientes. Carlos Colunga Dávila lo establece de la siguiente manera: "Calidad es satisfacer al cliente. ¿Cómo?. Cumpliendo con los requerimientos y prestando un buen servicio. ¿Hasta dónde?. Hasta donde la acción tomada ayude a la permanencia de la empresa en el mercado. Ese es el limite".

Requisitos Fundamentales que permiten el Éxito del Proceso de Mejoramiento de la Calidad

Cuauhtémoc Anda Gutiérrez nos manifiesta que en una organización encaminada hacia la calidad, se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos para lograr la calidad:

- Se debe ser constante en el propósito de mejorar el servicio y el producto.
- Al estar en una nueva era económica, estamos obligados a ser más competentes.
- El servicio o producto desde su inicio debe hacerse con calidad.
- El precio de los productos debe estar en relación con la calidad de los mismos.
- Se debe mejorar constantemente el sistema de producción y de servicio, para mejorar la calidad y la productividad para abatir así los costos.
- Hay que establecer métodos modernos de capacitación y entrenamiento.
- Se debe procurar administrar con una gran dosis de liderazgo, a fin de ayudar al personal a mejorar su propio desempeño.
- Se debe crear un ambiente que propicie la seguridad en el desempeño personal.
- Deben eliminarse las barreras inter departamentales.
- A los trabajadores en lugar de metas numéricas se les debe trazar una ruta a seguir para mejorar la calidad y la productividad.
- El trabajador debe sentirse orgulloso del trabajo que realiza.

- Se debe impulsar la educación de todo el personal y su auto desarrollo.
- Se deben establecer todas las acciones necesarias para transformar la empresa hacia un fin de calidad.

Estos requisitos hay que tomarlos en cuenta para que toda organización logre implantar la calidad tanto en los productos que ofrece como en el servicio que nos brinda, esto sólo se puede alcanzar siendo perseverantes en aplicar los pasos antes mencionados, con el fin de hacer de la calidad un compromiso para cada uno de los miembros de la institución.

Los 5 pasos hacia la Calidad

Mano de Obra:

Fischer y Navarro (1994, Pág. 145) define la mano de obra como "El conjunto de trabajadores o la fuerza de trabajo de un grupo determinado de explotación, tal como empresa, industria, economía nacional".

Comunicación:

Wellington (1997, Pág. 96-97) señala que la comunicación comienza durante la fase de inducción al formar la actitud de trabajo de un empleado cuando a él o a ella se le introduce por primera vez a la misión, la cultura, las estrategias, los procesos, los productos, la gente y el sistema de apoyo de equipo de la compañía, la comunicación tiene ocho propósitos fundamentales:

- a) Informar
- b) Reforzar la comprensión (de cómo hacemos las cosas aquí).

- c) Generar apertura
- d) Promover la planificación
- e) Motivar
- f) Desarrollar
- g) Reforzar la identidad personal con un equipo de trabajo.
- h) Mantener como un punto focal la satisfacción al cliente.

El cliente debe mantener como calidad el espíritu de la comunicación de la forma que éste le permitirá transmitir sus ideas eficientemente, tanto en las palabras empleadas como la forma de transmitir las.

Entrenamiento:

Wellington (1997, Pág. 100-103). Aporta que el entrenamiento en el servicio al cliente nunca debe reservarse exclusivamente al personal específicamente designado, un evento de una sola vez, que se hace esporádicamente o que se realiza en un vacío contextual. Los empleados deben ser entrenados y vueltos a entrenar a una tasa directamente proporcional a la mezcla de frecuencia regularidad, intensidad, calidad y responsabilidad de su contacto con los clientes y a las necesidades de su cargo.

Motivación:

Según Wellington (1997, Pág. 107) bastó con decir que "La gente trabaja por una gran variedad de razones, que sus expectativas difieren y que los distintos aspectos del trabajo y sus recompensas lo motivan de modo diferente". Sin embargo, lo común e invariable es la responsabilidad de cada líder de equipo en cuanto a conocer las necesidades de cada empleado y suministrar oportunidades y apoyo para que sean satisfechas, por consiguiente, un personal demostrativo no responderá a los clientes

con actitud mental apropiada y ésta es una forma segura de descarrillar una iniciativa de servicio al cliente.

Empowerment:

Wellington (1997, Pág. 108-109) señala que: "El Empowerment da la responsabilidad actual en beneficio del cliente. Le permite al personal actuar, dentro de límites previamente formulados para evitar o solucionar problemas sin tener primero que obtener aprobación de su Gerente o Superior. De esta manera se puede prevenir la mayor parte de los problemas y las quejas de los clientes en lugar de tener que solucionarlos una vez ocurrido. Cuando surgen problemas el personal al que se le ha asignado resolverlo sin demora y, en caso necesario, tomar las medidas pertinentes para que no vuelvan a presentarse.

Definición de Servicio

Fischer y Navarro (1994, Pág. 185). Aporta que los servicios son "Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios".

Albrecht (1988, Pág. 36) las define de la siguiente manera: "Un servicio no puede conducir, inspeccionar, apilar o almacenar centralmente. Generalmente lo presta, donde quiera que esté el cliente, gente que está más allá de la influencia inmediata a la Gerencia".

La persona que recibe el servicio no tiene nada tangible, el valor del servicio depende de su experiencia personal. Si se prestó inadecuadamente, un servicio no se puede revocar, si no se puede repetir, entonces las reparaciones es el único medio recursivo para la

satisfacción del cliente. La prestación del servicio generalmente requiere interacción humana en algún grado; comprador y vendedor se ponen en contacto en una forma relativamente personal para crear el servicio.

Las normas internacionales ISO muestran la siguiente definición: Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor (organización o persona que proporciona un producto) y el cliente (organización o persona que recibe un producto) y generalmente es intangible. [ISO 9000:2000].

M. Peel 1990 dice: “El servicio al cliente. Guía para mejorar la atención y la asistencia”, se define servicio como las actividades secundarias que realiza una empresa para optimizar la satisfacción que recibe el cliente de sus actividades principales”

De acuerdo a los conceptos analizados anteriormente, podemos definir: “El servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad.

Importancia

Debemos tener en cuenta cuan importante es el buen servicio, para lo cual tenemos los componentes básicos y si no se cuida de lo básico de nada servirá cualquier detalle:

Seguridad. Es bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, peligro y cero dudas en el servicio.

Credibilidad. Hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y modestos, no sobre prometer o mentir solo para conseguir la para realización de una

venta.

Fiabilidad.- Es la capacidad de la organización de ejecutar el servicio en forma fiable, sin contraer problemas. Este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.

Comunicación. Se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente –empresa.

Comprensión. No se trata de sonreírle en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber que desea, cuando lo desea y como lo desea.

Accesibilidad. Para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, además hay que establecer un conducto regular dentro de una organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia, sino de establece acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

Cortesía. La educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindarles una excelente atención.

Profesionalismo. Adoptar las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, hay que recordar que no solo las personas que se encuentran en el frente hacen el servicio, si no todos.

Capacidad de Respuesta. Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.

Elementos tangibles.- Se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuada y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente.

Cultura de Servicio

¿Como desarrollar con Éxito una Cultura de Servicio?

Cada día aumenta la importancia de crear una área de servicio como un aspecto prioritario para la generación de buenos negocios con los clientes. Esto se hace evidente tanto en el contexto local como a nivel internacional en donde según indica la Information Week Research 9-98: "el 85% de las 500 empresas más exitosas e innovadoras orientan el servicio al cliente como una prioridad estratégica de negocio".

La identificación de los clientes de una organización debe iniciarse averiguando dónde se encuentran los clientes externos y cuáles son sus necesidades. A partir de allí crear una obsesión por atender y exceder sus necesidades y expectativas. Elevar permanentemente el nivel de satisfacción para conseguir su lealtad, la que debe medirse en términos de cómo los clientes vuelven a adquirir los productos y servicios, y la recomendación que hacen a otros para que los adquieran.

Para satisfacer a los clientes no basta con eliminar los motivos de insatisfacción o de quejas, es necesario asumir una actitud proactiva que conduzca a identificar los atributos de calidad que tienen impacto en la satisfacción y deleitan a sus clientes. Los clientes deben percibir que en los productos y servicios que adquieren hay una relación de costo-

beneficio que les resulta favorable.

Una empresa con orientación de cultura al servicio del cliente debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ❖ Proporcionar información a los clientes con respecto a los productos y servicios y la forma de relacionarse con la organización.
- ❖ Facilidades para que el cliente exprese sus sugerencias, quejas y reclamos.
- ❖ Mejor resolución de quejas y conflictos
- ❖ Medición de la satisfacción de los clientes.
- ❖ Garantías
- ❖ Beneficios de la Orientación al Cliente
- ❖ Mejor predisposición hacia la calidad en el servicio
- ❖ Mejor comprensión de las necesidades del cliente
- ❖ Aprovechamiento de reclamaciones
- ❖ Clientes más satisfechos y más fieles

En resumen, el objetivo es generar valor. Las compañías que se diferencian por su cultura de servicio generan exactamente eso, valor, lo que se traduce en utilidad y márgenes de beneficio superiores. Asimismo, experimentan altos crecimientos en épocas de auge y resisten fuertemente las temporadas de inestabilidad económica, por lo que este enfoque debe considerarse seriamente.

El servicio es una de las influencias competitivas de los negocios en la actualidad. Prácticamente en todos los sectores de la economía se considera el servicio al cliente como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto, es la esencia en los casos de empresas de servicios.

Características del Servicio

Según IDELFONSO Grande Esteban, los servicios poseen las siguientes características:

- Intangibilidad: Significa que los servicios no se pueden ver, saborear, sentir ni oler antes de comprarlo.
- Inseparabilidad: Significa que la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros.
- Variabilidad: Significa que la calidad de los servicios dependen de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan.
- Carácter perecedero: Significa que los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posterior.

Los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Tipos de servicio

IDELFONSO Grande Esteban expresa que existen cinco diferentes tipos de servicio:

- ✓ Servicio Genérico: Son los que la mayoría de los consumidores necesitan.
- ✓ Servicio Básico: Son servicios mínimos que buscan los consumidores.
- ✓ Servicio Aumentado: Es un servicio adicional que se le da al consumidor.
- ✓ Servicio Global: Se le llama a la oferta conjunta de servicios.

- ✓ Servicio Potencial: Son los que los consumidores se imaginan que podrán encontrar, ya que los servicios se desarrollan, y el cliente espera que superen sus expectativas, ya que tal vez hayan incorporado nuevas tecnologías a éste.

Herramientas para mejorar el Servicio

Una de las herramientas más eficaces y usadas por las empresas para diferenciarse de su competencia y desarrollar una ventaja competitiva sostenible es el servicio al cliente. Al desarrollar una estrategia de servicio al cliente se deben enfrentar tres decisiones básicas, qué servicios se ofrecerán, qué nivel de servicio se debe ofrecer y cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios, en tal virtud tenemos:

- ◆ Seamos Profesionales en la Atención al Cliente: Muchos se preguntan: ¿Podremos ser profesionales en la atención a los clientes? Es quizá una creencia muy divulgada pensar que una persona puede, sin tener ninguna preparación, ser un experto en atender a los clientes.
- ◆ Administración de la relación con Clientes: "Los clientes esperan interacciones personalizadas". Las estrategias sugeridas es "cumplir con las expectativas de los clientes".
- ◆ Cómo tratar a un Cliente: Miles de empresarios se olvidan de que el servicio al cliente es una ventaja competitiva que podría diferenciarlos de la competencia. Estamos de acuerdo en que la competencia está en todas partes y en que es tu deber formular estrategias que te separen de ella. Si se potencia el servicio al cliente.

Tenemos otros aspectos:

- ▶ **Cómo atrapar a tus Clientes en la Primera Visita:** El servicio al cliente es un componente determinante para que los clientes te alaben o hablen mal de ti, se honesto y marca las áreas donde estas haciendo un buen trabajo.
- ▶ **Cómo convertir a cada persona en un Cliente:** ¿Quién es un cliente? Antes que nada debemos decir que un cliente es una persona. Esto nos permite humanizar el servicio al cliente. El cliente es un ser humano con emociones y sentimientos.
- ▶ **Servicio al Cliente:** Es de gran interés para todos los pequeños y micro empresarios que desean sobresalir ante la competencia que en la actualidad es muy agresiva. A veces las empresas dan mayor interés a la administración de cómo dirigir, administrar los recursos económicos, humanos y materiales; dejando de lado el servicio al cliente y mientras que la competencia sigue conquistando mercados y nuevas clientelas debido al buen servicio y a la atención que le brinda.
- ▶ **Eduque a sus Clientes:** Usted debe educar constantemente a sus clientes para que conozcan y entiendan el valor de los productos o servicios que usted les provee.
- ▶ **Evaluación de los Servicios:** Los usuarios son el punto fundamental para el diseño de todo servicio. Los cambios constantes del entorno influyen en sus necesidades, imponiendo nuevas formas de brindarle información, diseñando servicios que estén acorde con las mismas. Una vez diseñado e implementado el servicio se procede a una evaluación continua, con el fin de detectar deficiencias y continuar brindando servicio de calidad.
- ▶ **Muestre su Reconocimiento y obtenga Recompensas:** A todos nos gusta ser reconocidos por nuestros esfuerzos, pero pocos de nosotros tenemos el hábito de devolver el favor. La

amabilidad que usted muestra ante los demás por lo general vuelve a usted, por lo que la gratitud que usted exprese puede traerle recompensas tangibles. Según William James, recibir el reconocimiento de los demás satisface "la ambición más profunda de la naturaleza humana."

- ▶ Medir la Satisfacción del Cliente: Llega una época en el año en la cual la mayoría de nosotros evaluamos nuestros éxitos y nuestros fracasos. En esta evaluación, es crítico que revisemos las relaciones con nuestros clientes, para determinar qué cambios debemos realizar.

Actitudes y Tipos

Existen dos actitudes principales:

- ❖ Actitud Positiva: excelente comportamiento ante el cliente
- ❖ Actitud Negativa: mal comportamiento ante el cliente

Basándonos en las variables trato al cliente y competencia técnica, podemos diferenciar cuatro tipos de servicio en las empresas, el ineficaz y agradable, el eficaz y agradable, el ineficaz y desagradable y el eficaz y desagradable.

En primer lugar se encuentra el servicio del tipo **Ineficaz y Desagradable**, en el cual se combinan la baja competencia técnica y el mal trato al cliente. Se puede identificar como: "SOMOS INCOMPETENTES Y NO NOS IMPORTA SER ANTIPÁTICOS"

En el segundo lugar encontramos el servicio **Ineficaz y Agradable**, en el que las empresas con bajas competencias técnicas tratan como un rey al cliente y con ello esperan tapar el hueco de su incompetencia técnica.

Su frase de cabecera es: "LO HACEMOS MAL PERO, SOMOS ENCANTADORES"

Las empresas que se sitúan en el tercer lugar, **eficaz y desagradable** son altamente eficaces, saben realizar sus procesos, son eficientes pero por llegar a alcanzar altos estándares de calidad técnica, no se enfocan en el cliente y por ello no son líderes. Se pueden identificar con la frase: "SOMOS MUY EFICIENTES PERO, MUY ANTIPÁTICOS"

Por último, observamos las de tipo **eficaz y agradable**, se encuentran las firmas que han encontrado el equilibrio perfecto entre sus competencias técnicas y su estrategia de servicio al cliente, son organizaciones que se enfocan en el cliente porque saben que es él de quien dependen, están conscientes de la fuerte competencia y sus perspectivas apuntan al liderazgo. Los podemos identificar con la frase "HACEMOS NUESTRO TRABAJO CON LA MÁXIMA CALIDAD"

EL CLIENTE

Definiciones de Cliente

Harrington (1998, pág. 6) define a los clientes como "las personas más importantes para cualquier negocio. No son una interrupción en nuestro trabajo, son un fundamento. Son personas que llegan a nosotros con sus necesidades y deseos y nuestro trabajo consiste en satisfacerlos. Merecen que le demos el trato más atento y cortés que podamos. Representan el fluido vital para este negocio o de cualquier otro, sin ellos nos veríamos forzados a cerrar".

Según James G. Shaw, "cliente es el receptor de uno o más de los resultados especificados de un proceso".

Carlos Dávila Colunga, dice: "Quien recibe un servicio o producto".

Bob E. Hayes, manifiesta: "Es un término genérico que se refiere a cualquier persona que reciba un servicio o producto de alguna otra persona o grupo de personas".

Karl Albrecht. indica: "Es una persona con necesidades y preocupaciones, que seguramente no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar si un negocio quiere distinguirse por la calidad de su servicio".

"El cliente es el centro de la empresa, sin duda, en un entorno tan complejo como el actual con clientes cada vez más exigentes en calidad, precio y plazos, debemos hacer que éstos se encuentren en el centro de la organización para conseguir su satisfacción y el conocimiento de su comportamiento y necesidades consiguiendo así ventajas competitivas".
Navarro Eduardo - Socio Director de Improven Consultores.

De las anteriores definiciones podemos llegar a la conclusión:

Que el cliente es una persona o grupo de personas que requieren satisfacer una necesidad adquiriendo un producto o servicio, recordemos una frase muy conocida: "Un cliente satisfecho atrae más clientes", siendo esta una publicidad muy efectiva y no que tiene mucho valor económico.

Con lo anteriormente enunciado, observamos la importancia que tiene el cliente dentro de la institución, y tomemos en cuenta los siguientes principios que Karl Albert nos presenta a continuación:

- ❑ Un cliente es la persona más importante en cualquier negocio.
- ❑ Un cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él.
- ❑ Un cliente no es una interrupción de nuestro trabajo. Es un objetivo.
- ❑ Un cliente nos hace un favor cuando llega. No le estamos haciendo un favor atendiéndolo.
- ❑ Un cliente es una parte esencial de nuestro negocio; no es ningún extraño.
- ❑ Un cliente no es sólo dinero en la registradora. Es un ser humano con sentimientos y merece un tratamiento respetuoso.
- ❑ Un cliente merece la atención más comedida que podamos darle. Es el alma de todo negocio.

Tipos de Cliente:

Samala Jhon, (1998), Dentro de una empresa o institución existen dos tipos de clientes, interno y externo.

Cliente Interno: Es aquel que pertenece a la organización y que no por estar en ella, deja de requerir de la prestación de servicio por parte de los demás.

Cliente Externo: Es aquella persona que no pertenece a la empresa, más sin embargo es a quienes la atención está dirigida.

Podemos concluir que el cliente es pieza clave para cualquier organización, porque gracias a él, depende la existencia del negocio y también de todas aquellas personas que laboran en la empresa. Además,

hay que hacer conciencia que gracias al pago que hace el cliente por nuestro servicio o producto, contamos con trabajo, salarios, educación, hogar, recreación, etc.

William B. Martín nos manifiesta que para poder servir a nuestro cliente, debemos conocer sus necesidades, como son la necesidad de ser comprendido, necesidad de ser bien recibido, necesidad de sentirse importante y necesidad de comodidad

Mejorar la atención al cliente es un verdadero reto para toda empresa que no desee verse desplazada por una competencia más agresiva y por unos clientes que son cada día más conscientes al poder de elección que tienen, más sofisticados en sus necesidades y expectativas y mucho más exigentes de como lo fueron pocos años atrás.

Mandamientos

El plan estratégico de una institución, que es su carta de navegación, está lleno de buenos propósitos e intenciones. La visión y misión empresariales plantean situaciones "ideales" que en muchos de los casos no llegan a ser cumplidas.

Uno de los aspectos en los cuales se presentan más vacíos, entre lo que reza el plan estratégico y la realidad, es la atención al cliente. Todos sabemos que frases como las siguientes son populares en las misiones estratégicas, las asambleas de accionistas y las juntas directivas: "nuestros clientes son la base de nuestro crecimiento", "para ellos trabajamos", "son la fuerza que nos impulsa a seguir adelante"... Pero también sabemos que muy pocas veces esto se cumple en un 100%.

A continuación se demuestra mediante un decálogo de la atención al

cliente, que cumpliendo a cabalidad con él se pueden lograr altos estándares de calidad en el servicio al cliente.

- 1) EL CLIENTE POR ENCIMA DE TODO: Este es el símil del primero de los diez mandamientos de Dios "Amar a Dios sobre todas las cosas", en este caso es el cliente a quien debemos tener presente antes que nada.
2. NO HAY NADA IMPOSIBLE CUANDO SE QUIERE: A pesar de que muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas de atenderlo muy bien, se puede conseguir lo que él desea.
3. CUMPLE TODO LO QUE PROMETAS: Este sí que se incumple (más que el de "No desearás a la mujer del prójimo", creo yo), son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes, pero ¿qué pasa cuando el cliente se da cuenta?
4. SOLO HAY UNA FORMA DE SATISFACER AL CLIENTE, DARLE MÁS DE LO QUE ESPERA: Es lógico, yo como cliente me siento satisfecho cuando recibo más de lo que esperaba. ¿Cómo lograrlo? conociendo muy bien a nuestros clientes y enfocándonos en sus necesidades y deseos.
5. PARA EL CLIENTE, TU MARCAS LA DIFERENCIA: Las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen una gran responsabilidad, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver, ellos hacen la diferencia. Puede que todo "detrás de bambalinas" funcione a las mil maravillas pero si un dependiente falla, probablemente la imagen que el cliente se lleve de todo el negocio será deficiente.
6. FALLAR EN UN PUNTO SIGNIFICA FALLAR EN TODO: Como se expresaba en el punto anterior, puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero qué pasa si

fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega averiada o si en el momento de empacar el par de zapatos nos equivocamos y le damos un número diferente, todo se va al piso. Las experiencias de los consumidores deben ser totalmente satisfactorias.

7. UN EMPLEADO INSATISFECHO GENERA CLIENTES INSATISFECHOS: Los empleados son "el primer cliente" de una empresa, si no se les satisface a ellos, cómo pretender satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos humanos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.
8. EL JUICIO SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO LO HACE EL CLIENTE: Aunque existan indicadores de gestión elaborados dentro de las empresas para medir la calidad del servicio, la única verdad es que son los clientes quienes, en su mente y su sentir, califican y si es bueno vuelven y no regresan si no lo es.
9. POR MUY BUENO QUE SEA UN SERVICIO, SIEMPRE SE PUEDE MEJORAR: Aunque se hayan alcanzado las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos, "la competencia no da tregua".
10. CUANDO SE TRATA DE SATISFACER AL CLIENTE, TODOS SOMOS UN EQUIPO: Los equipos de trabajo no sólo deben funcionar para detectar fallas o para plantear soluciones y estrategias, cuando así se requiera, todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

2.1.4 LA SECRETARIA

En la vida de la sociedad, la secretaria juega un rol fundamental, se puede decir que es el grado de evolución y el aporte directo e indirectamente ha dado lugar a que ocupen como secretaria ejecutiva, como profesional, como esposa o como madre. Y la belleza espiritual y física ha sido representada en las oficinas públicas, privadas, almacenes, empresas, etc.; cuyos propósitos están basados en la responsabilidad, en la amabilidad en la cortesía en las delicadas funciones que realiza diariamente.

El objetivo de la secretaria es avanzar tecnológicamente facilitando las labores secretariales, en mejorar condiciones. En la actualidad para muchos jefes consideran que es prescindible el recurso humano calificado. Una secretaria eficiente siempre estará por encima de los avances tecnológicos y es quien se encarga de administrar dichas tecnología y humanizarla para el bienestar u comodidad de los clientes internos y externos de una institución.

Necesariamente la profesión secretarial tendrá que continuar con su excelente evolución de capacitación de las últimas décadas. Por tanto la secretaria debe especializarse en administración de información y de recursos empresariales para llegar a solucionar los problemas y toma de decisiones, demostrando que no solo posee una excelente formación académica, sino ante todo, una insuperable capacidad humana.

Destrezas y cualidades.

La secretaria debe estar preparada para cumplir distintas y variadas funciones. Es importante que posea los conocimientos, habilidad y actitudes que le ayudaran a obtener un buen empleo y a desempeñarse eficazmente, así como a progresar en la empresa.

Mecanografía

Materia básica para la secretaria porque la mayor parte de su trabajo consiste en la escritura de documentos que se generan en la oficina, debiéndose hacer con rapidez, sin errores ni faltas ortográficas, con buena apariencia y absoluta limpieza.

Computación.

La computadora se ha convertido en uno de los elementos básicos para hacer el trabajo más fácil y productivo. Gracias a ella la secretaria puede tener acceso inmediato y mantener ordenada toda la información que necesita en la oficina.

Taquigrafía.

El dominio de la taquigrafía técnica que permite tomar dictado mediante signos establecidos y con la misma velocidad con la que una persona habla.

Gramática.

Son indispensables los conocimientos gramaticales, para preparar la correspondencia y expresar las ideas con claridad y precisión que requiere una comunicación eficaz.

Ortografía.

El conocimiento de las reglas ortográficas es un punto clave que ninguna secretaria debe desatender. Los errores ortográficos hablan mal

de la capacidad de la secretaria y si bien es cierto ella es responsable de mecanografiar la correspondencia, no debe olvidar que la imagen de la empresa esta en juego.

Caligrafía.

La buena caligrafía es un requisito necesario para la secretaria, ya que el trabajo de la oficina siempre requerirá realizar anotaciones, registros, etc. No es suficiente que la secretaria entienda su propia letra, es imprescindible que los demás puedan leerla con facilidad.

Manejo de equipos de oficina.

Siempre requiere del conocimiento general sobre los equipos de la oficina, que le ahorrarán un tiempo preciso en el desempeño de sus funciones.

Archivo.

La organización de archivos le ayudará a aplicar con eficiencia el método que requiere la empresa para ordenar sus documentos. Adicionalmente, el conocimiento de las técnicas de archivo le permitirá manejar los documentos de la oficina, de tal forma que puedan ser localizados rápidamente cuando sea necesario.

Relaciones públicas.

La secretaria es el nexo entre la empresa y los clientes, ella se convierte en el factor decisivo dentro de la gestión institucional. Los negocios requieren de una comunicación constante y para que las

relaciones internas y externas funcionen adecuadamente la secretaria debe aplicar la cortesía, la paciencia y el tacto necesarios.

Idiomas.

El incremento de las relaciones comerciales implica la necesidad de incluir en el ámbito de estudios de la secretaria, el aprendizaje de idiomas, tanto a nivel de conversación como de aplicación en la correspondencia.

Inteligencia.

La secretaria requiere un alto índice de inteligencia para facilitar la comunicación con sus jefes, compañeros de oficina y clientes y para planificar, coordinar y ejecutar las actividades. Su intelecto le permite comprender las inquietudes y disposiciones de su jefe, interpretar los requerimientos y necesidades del público, sentir un interés genuino por su trabajo y desempeñarse con desenvoltura frente a hechos imprevistos que tendrá que solucionar con serenidad y aplomo.

Razonamiento.

En el área de secretariado, el razonamiento es una aptitud importante, porque contribuye a desarrollar los trabajos con sentido común, a estructurar adecuadamente los documentos que la secretaria tiene que preparar y entender las diferentes situaciones que diariamente se presentan en la oficina.

Creatividad.

A través de ella, la secretaria puede introducir en su área de trabajo nuevos mecanismos para lograr éxito en sus tareas; es concomitante con

los conocimientos y la experiencia que posee y para cultivar esta aptitud es necesario practicar a diario, especialmente la redacción. Es importante también que la secretaria sepa sugerir a su jefe algunas ideas relacionadas con los trabajos que ella realiza y nunca debe dejar de señalar aquellos que le parezca erróneo.

El grado de creatividad que alcanza una secretaria depende, en gran medida, de la oportunidad que le brinde su jefe para desenvolverse en su trabajo; de todas maneras, ella debe buscar esta posibilidad, que le puede dar muchas satisfacciones profesionales.

Iniciativa.

Esta característica personal le permite adelantarse en una acción determina antes de que le digan que debe hacerlo. Una secretaria eficiente no espera disposiciones sobre el trabajo que ya conoce; sino que toma la decisión de hacerlo y no permite que una actividad se postergue.

Ejecutividad y eficiencia.

La secretaria es ejecutiva cuando hace bien las cosas que le encomienda; cuando se esfuerza por cumplir a cabalidad, con prontitud y cuidado sus tareas, para llegar a la meta que es la eficiencia. Para lograr eficiencia es necesario comprender en que consiste el trabajo a realizar. Si no entiende totalmente las instrucciones sobre un teme determinado, no debe tener recelo de preguntar, y solicitar la aclaración que sean necesarias para corregir los errores en el momento justo.

Estabilidad emocional.

El equilibrio emocional es importante para que la secretaria pueda

hacer frente a distintas situaciones de trabajo. Debe aprender a controlar sus emociones y evitar que le afecten los estados de ánimo de la demás personas; debe permanecer calmada y mantener un humor uniforme. Es conveniente que no pierda la atención, para no afectar al desarrollo normal de sus tareas.

Adaptabilidad.

La secretaria requiere facilidad de adaptación a los cambios de trabajo, de jefes y compañeros, lo que significa acomodarse, sin esfuerzo, a nuevos ambientes, funciones y reglamentos. Debe tomar con ánimo los cambios bruscos de genio de las personas que trabajan a su alrededor. Tiene que aprender a adaptarse a disposiciones repentinas y al incremento del trabajo que se pueda presentar.

Espíritu de colaboración.

Significa apoyar a los demás en la ejecución del trabajo hacia un bien común, que es el cumplimiento de las metas propuestas por el jefe. Hasta donde le sea posible, debe demostrar generosidad y deseo de participar activamente. En definitiva, no debe limitarse solo a cumplir sus obligaciones.

Planificación del trabajo.

Significa realizar los trabajos de la oficina en forma ordenada, secuencial y eficiente, buscando formas menos complicadas de ejecución. Es preferible concluir los trabajos iniciados, para poder concentrarse en los siguientes, y evitar en la medida de lo posible, realizar varias actividades a la vez.

Capacidad de atención.

La función de la secretaria incluye el cumplimiento de pequeños detalles que exigen una excelente capacidad de atención, esto es, considerar las disposiciones del jefe, comprobar que los documentos estén bien escritos, verificar que los datos que se incluyen en un informe, sean correctos, asegurarse de incluir los anexos en los sobres, dar los mensajes correctos y a tiempo, etc.

Buena memoria.

Esta facultad permite disponer, en un momento dado, de lo que se ha aprendido con los estudios y la experiencia laboral. Esta habilidad permite recordar las instrucciones del jefe, mensajes, asuntos pendientes, etc. Sin embargo, es aconsejable que la secretaria no se fíe únicamente de su memoria, es preciso que tome nota de todas las disposiciones que le dé su superior y que se asegure de que las instrucciones sean correctas.

Trato agradable.

La atracción principal de la secretaria es su trato delicado, su sinceridad y su educación. Esta finura supone la adopción de expresiones comedidas y bien intencionadas y la practica de actitudes positivas, ajenas a sentimientos de superioridad o inferioridad.

Atractivo personal.

El atractivo es innato en cada persona, sin embargo la secretaria puede obtener esta característica mediante la formación del carácter, la adopción de maneras distinguidas, la educación de los gestos y

ademanes, una presentación sencilla por medio de un peinado natural, un arreglo de cara moderado y una vestimenta sobria.

Buena imagen.

No es solamente la apariencia física; es, además, la calidad moral o reglas de conducta que imprime en los actos de su vida; significa ser honesta y vertical en sus acciones ante cualquier circunstancia. Adicionalmente, debe defender la imagen de su jefe y de la institución, tanto al interior como al exterior de ésta, a través de las relaciones institucionales con clientes y otros organismos públicos y privados.

Cualidades Éticas y Humanas de la Secretaria.

Las relaciones de trabajo involucran el trato con los demás departamentos de la institución, por lo que es necesario cultivar otras actitudes, que determinen nuevas formas de comportamiento. El dominio de una rama de la ciencia da al hombre valiosos instrumentos de servicio y oportunidad para ocupar una posición social sobresaliente. Pero los aspectos técnicos no podrán ser completos si el profesional no busca ante todo realizarse como valor humano.

Discreción.

Por las manos de la secretaria pasan diariamente todos los documentos de la oficina. Ella conoce asuntos confidenciales que se gestionan en su área y sobre los cuales debe guardar reserva dentro de los límites de la ética y la moral, aspecto clave que le asegurará la confianza del jefe. La secretaria debe conservar estos asuntos de una forma diplomática y estratégica, de modo que las personas que quieren tener en ella una fuente de información, se encuentren eco.

Lealtad.

Es una cualidad que la secretaria debe evidenciar tanto en los actos de su vida personal como profesional. En la oficina, ser leal significa actuar con franqueza, rectitud y sinceridad hacia el jefe, los compañeros de oficina y la institución. Las acciones inspiradas por la lealtad despiertan en la demás confianza y la amistad. Esta actitud no se aprende de un día para otro, es una virtud que se inculcan en el hogar, en las aulas escolares y debe fundamentarse en principios morales.

Honestidad.

A través de esta cualidad se demuestra decencia y moderación en la manera de actuar. La secretaria debe obrar con moralidad e integridad conforme a las funciones que se han encomendado. La honestidad inspira confianza dentro y fuera de la empresa y es resultado de una combinación entre educación recibida, el medio que le rodea, los intereses que persiguen y el dominio de si misma.

Amabilidad.

Esta cualidad no refleja solamente forma de ser de la secretaria. Ayuda a sustentar la imagen que la institución presenta ante sus clientes, ante el público y obviamente ante su propio personal. Si bien la amabilidad es, en gran parte, cuestión de temperamento, la secretaria puede intentar ser más cordial, con la certeza de que esta actitud es beneficiosa para ella, y por supuesto para la empresa, compañeros y clientes.

Es importante que atienda cordialmente a sus interlocutores para que se sientan bienvenidos en su oficina y adquieran confianza en las

relaciones comerciales. Esta actitud ha de manifestarla no solo en el trato personal, sino también a través del teléfono y en la correspondencia. El buen trato siempre es bien correspondido.

Comedimiento.

Significa tener prudencia, respeto y consideración hacia los demás. Para ello, es necesario evitar actitudes y conversaciones que tengan relación con la vida privada del jefe y compañeros de oficina. Es conveniente también eludir situaciones que no tengan relación con las actividades de trabajo y ayudar a sus compañeros mientras sea posible, pero sin interferir en sus labores.

Tacto.

Esta habilidad es indispensable en su relación con el jefe, los compañeros y el público en general, ya que contribuye a que la comunicación fluya con tino y prudencia, actitudes que favorecen las gestiones de la empresa, contribuye al mejoramiento de las relaciones de trabajo y ayudan a enfrentar situaciones inesperadas.

Paciencia.

Es un atributo que ayuda a mantener la tranquilidad. Perder la calma no lleva a ningún lado, es una actitud negativa que sólo sirve para desahogar la furia del momento. La secretaria debe controlar su humor y dominar sus nervios.

Orden.

Para que la secretaria pueda trabajar en forma eficaz tiene que ser

organizada, tanto en la forma de realizar las actividades como en las ideas que tiene para desarrollarlas. También es importante que mantenga su escritorio limpio y ponga las cosas en su lugar, los documentos bien archivados, los libros guardados en las gavetas, las papeleras con la correspondencia de entrada y salida, etc.

Los modales.

Son las acciones externas que caracterizan a cada persona y están conformadas por una serie de actitudes corporales que determina el comportamiento humano y que son aplicables a la apariencia personal a través de la forma de conducirse, de hablar e inclusive de vestir. Los ademanes, el tacto, la educación conforman un todo en el tema de los buenos modales. En cualquier nivel de trabajo que la secretaria se encuentre, debe cuidar sus maneras, educar el tono de su voz y aprender a pedir las cosas.

Los buenos modales no solo describen la forma de ser de la secretaria, también son útiles para la empresa, pues evidencian la imagen que esta proyecta hacia el exterior.

La postura del cuerpo.

El lenguaje del cuerpo es evidente en todas las actividades diarias, dentro y fuera de la oficina. No basta con tener un rostro bonito, unas buena figura y unos vestidos costosos y elegantes; es imprescindible armonizar estos aspectos con pequeños detalles, que tal vez nadie tomara en cuenta pero que servirán para hacerse una idea de cómo es una persona.

Estos pormenores son la forma de sentarse, de caminar, de mantenerse en pie, de mover las manos, de hablar, etc. Deberá estar

atenta a estos detalles, pues al cabo de cierto tiempo se convertirán en hábitos, es decir pasaran a forma parte de su persona.

Forma de caminar.

Es importante mantener el porte: la cabeza levantada, el busto erguido, la espalda recta y el vientre un tanto encogido. El paso será elástico, como si estuviera siguiendo dos líneas paralelas. Los pies se mantendrán rectos, ni abiertos hacia los lados ni con las puntas a.C. adentro; los brazos se balancearán ligeramente. Al caminar es preciso mantener la vista al frente. El estado de ánimo se hace evidente en la forma como se camina.

Forma de mantenerse de pie.

Los pies estarán ligeramente separados, uno un poco adelantado, así, el peso del cuerpo reposa sobre el pie que queda atrás, mientras la pierna que esta adelante se ocupa de mantener el equilibrio. Se puede cruzar los brazos bajo el pecho o mantener el brazo a la altura de la cintura, de tal modo que una mano tome el antebrazo del otro lado.

Forma de sentarse y ponerse de pie.

Al sentarse es necesario hacerlo con agilidad, pero sin desplomarse encima de la silla. Hay que cuidar que la falda quede bien colocada desde el primer momento. Los brazos pueden apoyarse en el brazo del sillón. Las manos se colocaran hacia un lado del regazo una sobre otra. Si se cruzan las piernas se tratara de que ambas pantorrillas se toquen entre si. No sentarse con las piernas abiertas. De vez en cuando se puede cambiar de posición pero sin moverse constantemente. Para ponerse en pie, hacerlo de manera que demuestre ser una persona ágil, enérgica y saludable. Para lograr este efecto hay que colocar la pierna un

poco para atrás con el fin de impulsarse y levantarse con mayor facilidad y gracia.

Forma de hablar.

Es importante tener una voz agradable y mantener el volumen adecuado, tanto al conversar personalmente como por teléfono. Es desagradable que una persona cuente sus asuntos de modo que todos acaban por enterarse. Esta situación resulta enojosa y digna de burla para quienes la escuchan. Es mejor hablar despacio pero sin separar una palabra de otra. Hay que procurar que en el vocabulario no se repitan ciertas palabras con mucha frecuencia.

Control de los gestos.

Para mantener una buena apariencia se deben evitar todos aquellos ademanes que denotan nerviosismo o mala educación: retorcerse los dedos, darle vueltas al anillo, tocarse el cabello, etc., morderse las uñas, limpiarse los oídos con los dedos, meterse los dedos a la nariz. Estos y otros detalles deben evitarse a través del autocontrol, prestando atención a lo que se hace.

El vestuario.

El vestuario es uno de los elementos esenciales de la apariencia. La moda es variable por naturaleza, pero existen alternativas para vestir según la edad la ocasión y la personalidad de cada una. La secretaria debe saber encontrarlas, solo necesita buen gusto y sentido común.

La forma de vestir de la secretaria transmite un mensaje a sus compañeros de oficina: si ella lleva traje y clásico, la tratarán con formalidad; se viste faldas muy cortas y blusas escotadas, será tratada con frivolidad; si lleva un vestido discreto, obtendrá un trato respetuoso

El calzado.

Los zapatos son una parte del vestuario y deben ser cómodos y de tacón no muy alto. Procurar tener calzado de colores básicos que vayan con toda su ropa: negros, cafés y azules. La limpieza y el buen estado del calzado son indispensables para mantener una apariencia impecable. Los zapatos sucios hacen deslucir el resto del atuendo, aunque este sea elegante y se encuentre limpio.

Las medias son importantes para mantener una buena apariencia en el vestir. La secretaria debe cuidar de llevarse siempre bien puestas limpias. Es preciso también que tenga en el cajón de su escritorio un par de medias de repuestos, para subsanar cualquier calamidad.

Los accesorios y las joyas.

Son importantes para realzar el vestuario. El uso de elementos como bufanda, pañuelo, cinturón, etc., hace lucir diferente al traje; sin embargo un accesorio mal escogida puede cambiar la apariencia de un vestido bonito. Por consiguiente, es importante combinar los colores de los accesorios con los del vestuario, evitando el uso de complementos llamativos y de muchos colores.

El maquillaje.

La naturalidad y la discreción son elementos básicos para obtener un mejor resultado al momento de arreglarse la cara. No es necesario parecer una máscara, sino aplicarse los productos de modo correcto y en cantidades moderadas.

Las manos.

Si están bien arregladas es un signo de que la secretaria se preocupa de su aspecto personal. Es importante cuidarlas para que no le afecten el

agua, el sol, el frío y otros elementos externos. Las uñas pintadas cambian la apariencia de las manos sin embargo esto no servirá de mucho si tiene las manos ásperas y las uñas sucias. Es conveniente usar una crema adecuada y limpiar las uñas diariamente. En la apariencia personal es mejor que las uñas se mantengan sin pintar a que se las lleve con la pintura desgastada.

El perfume.

El perfume debe ser discreto y suave, que su aroma no sea penetrante, ya que al descomponerse y mezclarse con la transpiración provoca un efecto desagradable. No debe hacerse notorio sino solamente ser una sugerencia. Debe parecer sutil y delicado para quien lo perciba. No es correcto aplicarse dos aromas a la vez; puede cambiar el aroma de vez en cuando.

El peinado.

El peinado es tan importante como el vestuario en el aspecto personal. El corte de cabello tiene que estar a la moda, ser fácil de retocar en cualquier momento y armonizar con el resto de la apariencia. Los peinados demasiado elaborados hay que reservarlos para reuniones sociales fuera de la oficina. El peinado hace resaltar el conjunto o lo echa a perder. Antes de pensar en un buen peinado, hay que preocuparse de tener un cabello bien cuidado, lo que depende del tipo de alimentación y del estado interior de la persona.

Relaciones Humanas.

Las relaciones humanas se definen como disciplina que estudia y orienta al ser humano en su relación con el grupo al cual está integrado. El hombre es un ser social por eso necesita comunicarse con las personas, para satisfacer en ellos sus necesidades internas de

aprobación, aceptación, afecto, seguridad y autorrealización.

Para la secretaria, el éxito de sus relaciones con el jefe y compañeros depende, en gran parte, de sus actitudes y aptitudes, que se encuentran estrechamente ligadas. El triunfo o el fracaso de las actividades que ella realiza no dependen únicamente de las técnicas empleadas en su trabajo; es necesario saber conducirse, que cualidades impulsar y perfeccionar diariamente y cuales aspectos de su carácter y personalidad desechar.

Es imprescindible que la secretaria aprenda a mantener relaciones armoniosas y desarrolle habilidad para tratar correctamente a su jefe y otras personas vinculadas con el que hacer de la oficina. Las relaciones humanas son variables porque todas las personas son diferentes, provienen de distintos ambientes familiares, de diversas culturas y de variadas situaciones económicas; por lo que siempre habrá personas con diferentes puntos de vista y una variedad de comportamientos.

La secretaria al llegar a un nuevo empleo, debe causar impresión a todas las personas con quienes trabajaran, especialmente a su superior. El tomara en cuenta su carácter y personalidad.

Sea que tenga alguna experiencia en la empresa o que sea una empleada nueva, debe tener mucho tacto y paciencia para mantener relaciones consistentes y agradables con los demás.

Reglas Generales de Etiqueta.

Llámesse urbanidad al conjunto de reglas que tenemos que observar para comunicar dignidad, decoro y elegancia a nuestras acciones y palabras y para manifestar a los demás la benevolencia, atención y respecto que le son debidos. La base de la urbanidad son las buenas

maneras, decencia, tacto y delicadeza con que cada persona demuestra sus costumbres. Cuanto mas se aplique estas reglas a los actos cotidianos, tanto mas contribuirán a fomentar las buenas relaciones interpersonales.

Las reglas de etiqueta son amplias y no incluyen solamente las formas orales y corporales de expresarse, sino que además establecen parámetros en la moda y en las relaciones diplomáticas, sociales y familiares.

La etiqueta no esta reservada a las ocasiones especiales: como arreglar la mesa, recibir a los invitados, servir los alimentos, tomar los cubiertos, que son aspectos importantes de conocer. Los buenos modales tienen que emplearse también para recibir al público, atender llamadas telefónicas, hacer presentaciones, etc. Para cada situación existen reglas propias que deben ser aplicadas.

La secretaria tiene que cumplir las normas de cortesía con naturalidad y seguridad. Los buenos modales nunca pasaran de moda, no tiene raza, religión ni nacionalidad y en cualquier parte serán bien vistos.

Uso del Teléfono.

Si se dice: Que una persona no tiene buenos modales, implica que no conoce el fundamento primario de su profesión. La secretaria tiene que agradar a través de la comunicación telefónica no solo porque es una de sus funciones mas corrientes, sino también porque es una de las mas importantes, pues de su eficiente manejo depende no solamente la buena imagen de la empresa sino el éxito de muchas transacciones y acuerdos; por tanto, es necesario poner interés en esta actividad y actuar a través de ella con amabilidad y discreción.

La voz en el teléfono.

Actualmente la mayor parte de los negocios se realizan a través del teléfono, de tal modo que el tono de voz debe crear atmósfera agradable que atraiga al cliente. El acento de voz debe tener un toque personal expresivo y de volumen bajo. Las palabras deben ser pronunciadas con propiedad y claridad.

El trato al visitante.

Si tiene que atender un público exigente, nervioso y a veces violento debe comprender las leyes sobre la compleja psicología de la conducta humana. Con esta comprensión se formará en usted una actitud mental tolerante y serena que le permitirá economizar energía y desempeñarse con aplomo, aun en los momentos más críticos de su trabajo. De acuerdo a esto se puede decir que la tarea de recibir al público es una de las funciones más importantes de la secretaria. Ella es responsable de que la atención a los clientes desde que entran hasta que salen de la oficina se correcta. De la forma en que trate a un visitante dependerá la actitud que el tome hacia el jefe y la empresa. El comportamiento de la secretaria determinará, por consiguiente, si el visitante se siente a gusto o no quiera volver más.

Importancia del cliente.

Para la empresa todos los clientes son importantes y la secretaria debe dar el mismo trato a todas las personas que entran a la oficina. No es conveniente clasificar a los visitantes por su apariencia o su cultura. Todos merecen el mismo respeto y consideración, por lo que debe evitar preferencias en la atención a los clientes.

La buena voluntad.

Es una habilidad que debe mantener la secretaria en el trato diario con los clientes que llegan a la oficina; es la disposición de ánimo para ayudar a los visitantes, tanto internos como externos, orientándoles en función de lo que necesitan y colaborando con ellos en la solución de sus problemas.

Manejo del archivo.

La secretaria siempre maneja documentos que son guardados en las oficinas y no en el archivo general; además, es la responsable de administrar la correspondencia de la oficina y las comunicaciones personales del jefe.

La necesidad de perfeccionar los sistemas de manejo de información han influido de manera preponderante en la era de la informática en la cual vivimos y ello obliga a que el servicio que presta el archivo se a mas preciso y eficiente.

2.1.5 ARCHIVO

Qué es el archivo.

Es el conjunto de documentos públicos y privados que se administran y conservan para tener a nuestro alcance la información en forma oportuna. "Es la agrupación sistemática de documentos con características comunes que permitan un conocimiento detallado de cada documento.

Qué es Archivar.

Es la acción de administrar, organizar, clasificar, arreglar y conservar

en forma técnica los documentos que son de importancia para la empresa

Importancia del archivo.- A medida que crecen las empresas también se incrementan la cantidad de documentos que reciben y emiten. Este crecimiento es tan significativo que no se puede ignorar la importancia de conservar papeles que le permitan desenvolverse en forma más dinámica, útil y eficaz.

Se dice que las comunicaciones escritas son el combustible que alimenta los negocios. La mayor parte de los empleados utiliza a diario la documentación archivada porque constituye un auxiliar fundamental para sus labores y porque le proporciona referencias precisas sobre hechos, proyectos y fechas. Es importante para sus actividades que puedan ser localizados con facilidad y que vuelvan al mismo lugar para realizar nuevas consultas.

Formación profesional.

La actualización de conocimientos tiene dos objetivos fundamentales:
1) ser mas eficiente en el desempeño de las funcione. 2) Ser una profesional mas calificada

Informática.

Para manejar correctamente la computadora y aprovechar su potencial, la secretaria tiene que conocer las innovaciones de los programas para aplicarlas en la oficina. Aunque no se espera que elabore programas de computación, si se requiere que ella trabaje con la información que es procesada en la computadora, y que demás lo haga con rapidez ya que el trabajo es mas simplificado. A pesar de que la

secretaria en sus momentos libres puede investigar sobre el funcionamiento de algunos programas, es preferible que tome un curso de perfeccionamiento, que le ayudara a conocer con más precisión el conjunto de componentes desarrollados para el manejo automático de la información.

Redacción.

La función de secretariado incluye el aprendizaje de la redacción de textos de diferente índole, con claridad y precisión. No todos poseemos la habilidad necesaria para ser buenos redactores, pero todos podemos mejorar la calidad de los mensajes. Para este aprendizaje es conveniente asistir a un curso de redacción comercial que le permita desarrollar las técnicas necesarias para mejorar la efectividad de los textos.

Idiomas.

El actual mundo de los negocios obliga a las personas a mejorar su preparación para hacer frente a la competencia. Para la secretaria es indispensable el conocimiento de otro idioma que le permita progresar no solamente en el trabajo que tiene, sino que le posibilite optar por mejores oportunidades de empleo. El inglés se ha convertido en un idioma universal, por lo que la secretaria debe interesarse en aprender este idioma, con énfasis en el conocimiento de expresiones que sean de utilidad en su área de trabajo.

Técnicas de archivo.

El manejo de archivo es una de las funciones más importantes del secretariado. Las comunicaciones constituyen el alma de la oficina y el adecuado manejo de ellas permite que los negocios cuenten con valiosas

referencias para futuras consultas. Para que la secretaria maneje en forma eficaz los documentos, es necesario que se capacite sobre la técnicas de archivo, las cuales le ayudaran a conocer como debe clasificar y guardad la correspondencia, cuales documentos tiene que archivar y el método que debe utilizar de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Organización de la oficina.

En toda actividad empresarias es necesario conocer como esta organizada la oficina y la relación que existe entre las diferentes funciones. La oficina es el eje de un negocio y esta conformado por personas que poseen cualidades necesarias para planificar, dirigir, controlar y coordinar las actividades. Aun cuando las secretarias tengan nociones sobre lo que es la organización, es indispensable que mejore sus conocimientos para que pueda identificar acertadamente los elementos administrativos de la oficina.

Relaciones humanas.

En términos generales, las relaciones humanas son cuestión de temperamento; sin embargo, la necesidad de buscar progresos y ventajas comunes ha llevado al hombre a ser sociable por naturaleza y por razón. Las exigencias institucionales requieren que las actitudes de los grupos humanos influyan en su funcionamiento eficaz. Por esto, con frecuencia se organiza cursos y seminarios sobre relaciones humanas, a los cuales la secretaria puede asistir para que aprenda a mantener un trato armonioso con los demás.

2.2 Posicionamiento teórico personal

El pragmatismo constituye una “teoría por la cual el ser humano es esencialmente acción y en sus efectos, encuentra el valor de los actos y la veracidad de las normas lo que digo es verdadero...Mas que verdades existen creencias con valor meramente intrínseco condicionados al resultado. John Dewey 1959 - 1952 “

Según el concepto, el estudio de la actualización de las labores de secretariado en las organizaciones se ha realizado desde diferentes posturas y disciplinas sociales.

Las tendencias que surgieron de la especialización del trabajo y su consecuente organización formal se encontraron nuevos escenarios para el flujo de los conocimientos de secretariado abriendo el camino a la relación, comunicación y motivación que sería posteriormente uno de los pilares para que las organizaciones tengan una buena secretaria

En nuestra experiencia como secretarias se toma en consideración en particular a las distintas concepciones acerca de la conducta y actitud humanas. El conductismo lo entiende como una asociación entre estímulo y respuesta, producto del ejercicio de la experiencia a través del conocimiento en sus distintas vertientes que refuerza negativa o positivamente la conducta.

El desarrollo de este trabajo, toma como base fundamental, en este caso como la actitud humana que parte en de sus propias aspiraciones, deseos y necesidades.

Asimismo, es primordial que el trabajo que realizan las secretarias debe estar en relación con el adelanto tecnológico que permiten mejorar, agilizar y economizar tiempo

En este sentido, la secretaria cumple una función importante en las diferentes instituciones públicas y privadas que como elementos integradores buscan alcanzar los objetivos institucionales mediante una acción profesional y actualizada. Lo que se hace imprescindible en este caso quienes desempeñamos las funciones de secretaria en primer lugar debemos alcanzar la titulación personal.

Se debe mencionar también que la labor de la secretaria en las diferentes instituciones existentes en la zona de Intag se desarrolla con conocimientos empíricos que como consecuencia permite que surjan una variedad de problemas en todo campo dificultando el normal desarrollo institucional.

2.3 Glosario de Términos

Acomodarse.- Colocar algo de modo que se ajuste o adapte a otra cosa.

Actitud.- Disposición de anónimos manifestada exteriormente. Manera de ser de un individuo.

Aplomo.- Gravedad, serenidad, circunspección.

Aptitud.- Cualidades que hace que una persona sea apta para cierto fin. Nivel intelectual de un individuo.

Atributo.- Cada una de las cualidades o propiedades de un ser.

Cabalidad.- Con mucho empeño, con mucho ahínco, poniendo uno cuanto está de su parte.

Decencia.- Aseo, compostura y adorno correspondiente a cada persona o cosa.

Disposiciones.- Medio que se emplea para ejecutar un propósito, o para evitar o atenuar un mal

Distinguida.- Ilustre, noble, esclarecido.

Genuino.- Auténtico, legítimo Propio o característico.

Índole.- Condición e inclinación natural propia de cada persona.

Intelecto.- Entendimiento, potencia cognoscitiva racional del alma humana.

Moderación.- Cordura, sensatez, templanza en las palabras o acciones.

Moralidad.- Conformidad de una acción o doctrina con los preceptos de la moral.

Postergue.- Hacer sufrir atraso, dejar atrasado algo, ya sea respecto del lugar que debe ocupar, ya del tiempo en que había de tener su efecto.

Tino.- Hábito o facilidad de acertar a tientas con lo que se busca

Vertical.- Dicho de una organización, de una estructura, etc.: Que está fuertemente subordinada al estrato superior máximo

Virtud.- Actividad o fuerza de las cosas para producir o causar sus efectos.

2.4 Interrogantes o subproblemas

a) ¿Qué nivel de conocimientos tienen las Secretarias de las Instituciones Educativas de la Zona de Intag?

b) ¿Qué nivel de capacitación tiene las secretarias de las Instituciones Educativas de la Zona de Intag?

c) ¿Cómo mejorar los conocimientos de las secretarias de las Instituciones Educativas de la Zona de Intag?

2.5 Matriz Categorial.

CONCEPTO	CATEGORIAS	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>La apariencia física de la secretaria es tan importante como los conocimientos que debe poseer. Las funciones que desempeña una secretaria hace que este en contacto permanente con todo tipo de personas.</p>	<p>ACTUALIZACION DE CONOCIMIENTOS</p>	<p>CAPACITACION</p> <p>AUTO PREPARACION</p> <p>MANEJO DE PROGRAMAS</p>	<p>Planeación Organización Dirección Control</p> <p>Títulos Profesionales</p> <p>Exel Word PowerPoint Archivo</p>
<p>Desde tiempos inmemoriales el secretariado ha constituido una función importante en el marco de cualquier actividad empresarial. La secretaria es el pilar fundamental dentro de las actividades</p>	<p>DESEMPEÑO PROFESIONAL</p>	<p>CURSOS</p>	<p>Computación Redacción Idiomas Técnicas de Archivo Relaciones Humanas Ortografía</p>

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

La modalidad que se utilizó en la presente investigación es cuantitativa, por cuanto se realizó en toda la población educativa de la Zona de Intag, en base a las necesidades que existen y fue desarrollada con el tema: “La actualización de conocimientos de las secretarias de las Instituciones Educativas y su desempeño profesional en la Zona de Intag”.

Los instrumentos que se han utilizado son entrevistas a las Autoridades de las instituciones de la zona, de cómo funcionan las diferentes dependencias del plantel sobre el problema planteado y además se aplicó encuestas, por lo que se hará una breve descripción del conjunto de métodos, técnicas, medios y recursos que se va a utilizar, además se detallará cómo se procesó la información y finalmente cómo se verificará el cumplimiento de los objetivos planteados, por lo que se cuantificarán algunos detalles principalmente de servicio y de atención al público.

Para el análisis e interpretación de los datos se utilizó la estadística descriptiva.

3.1 Tipo de Investigación

La presente investigación se trata de un proyecto factible porque trabaja con interrogantes y no con hipótesis ya que la propuesta solo sirve para investigar en las Instituciones Educativas de la zona de Intag, y en ese sentido se ha utilizado los siguientes tipos de investigación.

Investigación de campo: La investigación de campo se desarrolló en el mismo lugar de trabajo es decir en las Instituciones Educativas de la zona de Intag, donde se verificó la existencia del problema, es decir la falta de una actualización de conocimientos en la secretarías, y la información al ser procesada, analizada e interpretada permitió llegar a conclusiones válidas para la propuesta.

Investigación Propositiva: Porque se pretende solucionar el problema de la falta de actualización de conocimientos en el personal que labora en las instituciones educativas de Intag.

Investigación bibliográfica: Se utilizó la información de manera clara en la revisión de literatura acorde al tema y se tomó como base libros, documentos, folletos, revistas, Internet y otros, la misma que se orientó a la actualización de conocimientos y mejorar el servicio de atención a toda la comunidad educativa inmersa.

3.2 Métodos

Los métodos utilizados en esta investigación son:

Método Histórico Lógico

Este método fue utilizado para la elaboración de los antecedentes, la descripción de la situación actual y la prospectiva del problema en el momento de explicar las conclusiones.

Método Analítico-Sintético

Se empleó para el planteamiento y elaboración de objetivos y metas

de investigación, para la construcción del marco teórico en el momento de la investigación, para realizar síntesis en las conclusiones, cuando se elaboró la justificación, en la revisión de fuentes bibliográficas, en el análisis de datos y en la elaboración y construcción de la propuesta.

Método Inductivo-deductivo

La aplicación de éste método permite pasar del conocimiento de casos netamente particulares a un conocimiento más general que manifiesta lo que existe en común en las apariencias individuales. La inducción es una conclusión utilizando el objeto de estudio en donde se analizó científicamente una serie de hechos y acontecimientos de carácter particular que sirven como referente en la investigación que permite de manera básica el marco teórico y fundamenta la propuesta.

Método Matemático o Estadístico

En la presente investigación se utilizó este método para hacer el análisis e interpretación de los datos obtenidos de la investigación, mediante cuadros estadísticos y gráficos.

3.3 Técnicas e Instrumentos

Técnicas

- Entrevista a las Autoridades (5)
- Encuesta al Personal Docente (59), Personal Administrativo (28), Estudiantes (127).

Instrumentos

- Guía de entrevistas

- Cuestionarios
- Fichas bibliográficas
- Citas

3.3 Población

La población de las Instituciones Educativa de la zona de Intag son: Autoridades 15, estudiantes 663, personal docente 59 y personal administrativo 28, detalladas en la siguiente tabla.

INSTITUCIONES	AUTORIDADES	ESTUDIANTES	DOCENTES	ADMINISTRATIVOS
COL. APUELA	3	125	12	5
COL JOSE PERALTA	3	85	12	6
COL. GABRIEL GARCIA MORENO	3	180	11	6
CEM. CUELLAJE	3	130	11	5
CEM. SELVA ALEGRE	3	143	13	6
TOTALES	15	663	59	28

3.5 Muestra

El cálculo muestral no se aplicó a las autoridades, personal docente y administrativo porque la población es pequeña por lo tanto la muestra se lo realizó solo a la población estudiantil.

PQ x N

$$n = \text{—————}$$

$$(N-1) \frac{E^2}{K^2} + 0.25$$

$$0.25 \times 663$$

$$n = \text{—————}$$

$$(662) 0.08^2 + 0.25$$

—————

$$22$$

$$165,75$$

$$n = \text{—————}$$

$$(662) 0.0064 + 0.25$$

—————

$$4$$

$$165.75$$

$$n = \text{—————}$$

$$(662) 0.0016 + 0.25$$

$$165,75$$

$$n = \text{—————}$$

$$1.31$$

$$n = 126,53$$

$$n = 127$$

Calculo de la fracción muestral de cada establecimiento

Estudiantes Colegio "Apuela"

$$C = \frac{127}{663} = 0.191553544$$

$$m = 0.720 \times 125 = \mathbf{23.94}$$

$$m = \mathbf{24}$$

Estudiantes Colegio "José Peralta"

$$C = \frac{127}{663} = 0.191553544$$

$$m = 0.720 \times 85 = \mathbf{16.28}$$

$$m = \mathbf{16}$$

Estudiantes Colegio "Gabriel Garcia Moreno"

$$C = \frac{127}{663} = 0.191553544$$

$$m = 0.720 \times 180 = \mathbf{34.48}$$

$$m = \mathbf{35}$$

Estudiantes RED “Cuellaje”

$$C = \frac{127}{663} = 0.191553544$$

$$m = 0.720 \times 130 = \mathbf{24.90}$$

$$m = \mathbf{25}$$

Estudiantes RED “Selva Alegre”

$$C = \frac{127}{663} = 0.191553544$$

$$m = 0.720 \times 143 = \mathbf{27.39}$$

$$m = \mathbf{27}$$

CAPITULO IV

4. ANALISIS E INTERPERTACION DE RESULTADOS

La presente investigación analiza de manera gráfica y textual desde un enfoque cualitativo y describe los sucesos y respuestas de los encuestados, entrevistados y observados. El marco teórico es un referente que junto con los objetivos y la interrogante de investigación guían la interpretación de los resultados.

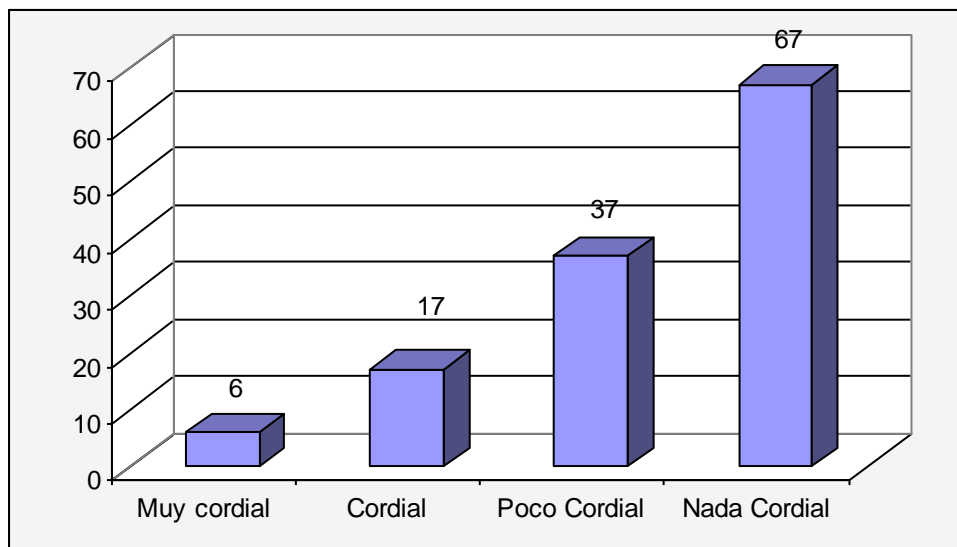
A continuación se presentan los resultados de la investigación, que para una mejor comprensión, se describen en ejes temáticos planteados en la metodología.

ENCUESTA DIRIGIDA ESTUDIANTES

1. Cómo calificaría la atención a los estudiantes por parte de la secretaria de su institución?

Muy Cordial () Cordial () Poco Cordial () Nada cordial ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Muy cordial	6	5%
Cordial	17	13%
Poco Cordial	37	29%
Nada Cordial	67	53%
TOTAL	127	100%



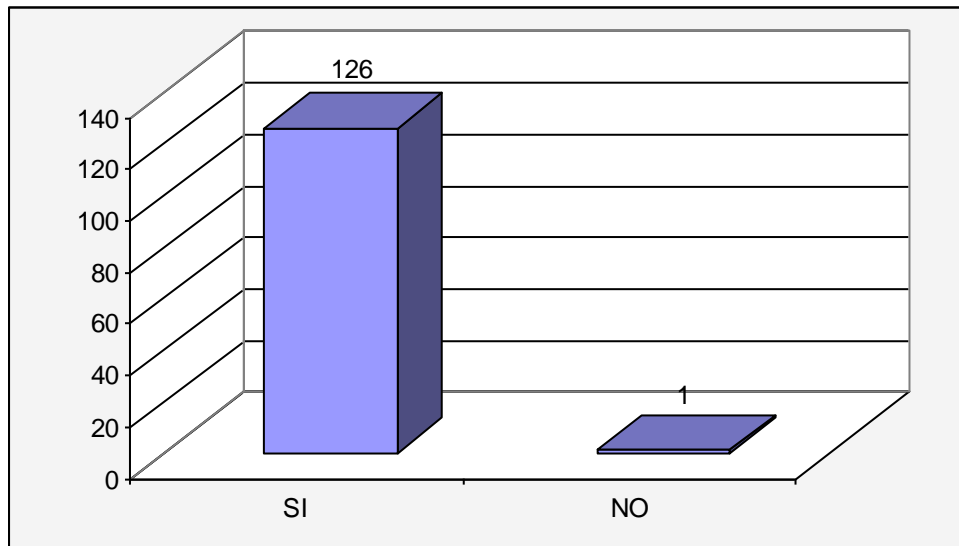
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Se evidencia que los estudiantes consideran al trato de las secretarias, nada cordial; por lo tanto este es un dato que permite inferenciar la poca satisfacción del cliente interno con el servicio.

2. La atención por parte de la secretaria influye en la buena imagen de su Institución Educativa?

SI () NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	126	99%
NO	1	1%
TOTAL	127	100%



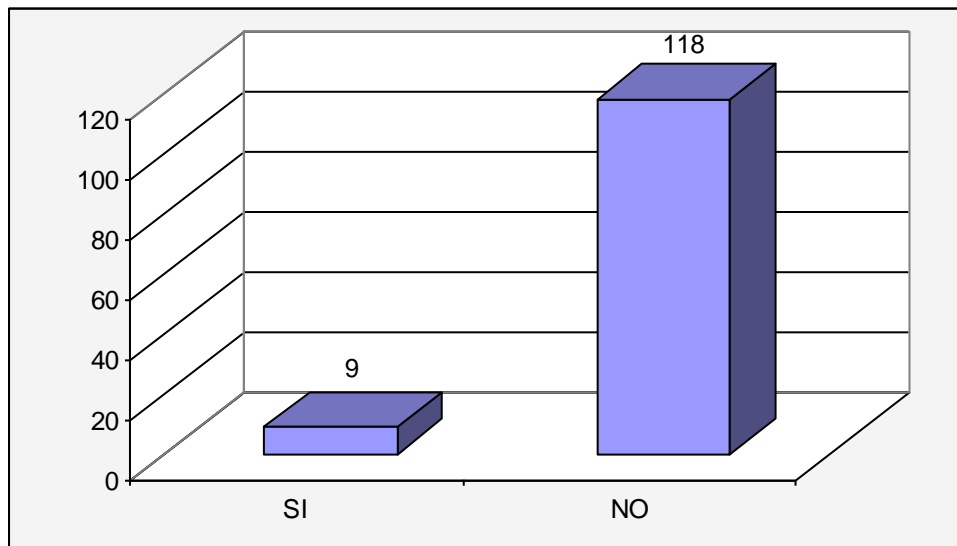
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Con el resultado de este ítem, se puede decir que la imagen de la institución se ve afectada por la atención de la secretaria.

3. Considera Ud. que la secretaria de su Institución educativa es ágil en la entrega de trámites solicitados por los estudiantes?

SI () NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	9	7%
NO	118	93%
TOTAL	127	100%



Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

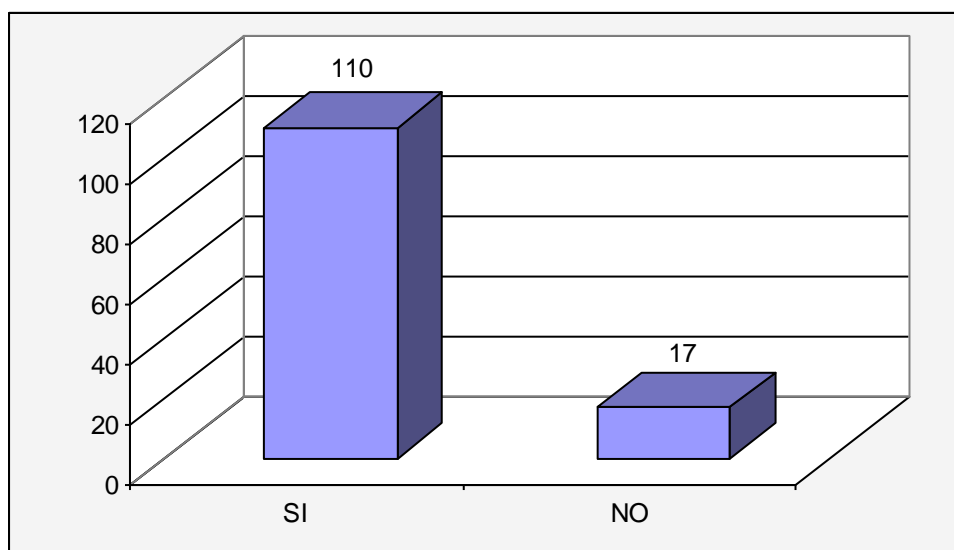
La agilidad de las secretarias es calificada negativamente, pues los trámites no son despachados con rapidez, según la apreciación de los estudiantes.

4. Cree usted que la secretaria deben ser evaluadas en su desempeño?

SI ()

NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	110	87%
NO	17	13%
TOTAL	127	100%



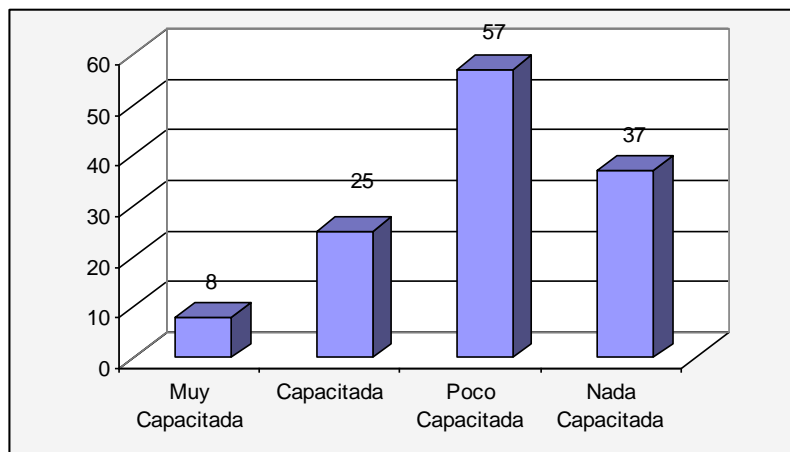
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Los encuestados manifiestan que las secretarias deben ser evaluadas, esto constituye una realidad que se encuentra determinada por la Ley.

5. En relación al desempeño, considera Ud. que la secretaria de su institución se encuentra.

Muy Capacitada () Capacitada () Poco Capacitada ()
 Nada Capacitada ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Muy Capacitada	8	6%
Capacitada	25	20%
Poco Capacitada	57	45%
Nada Capacitada	37	29%
TOTAL	127	100%



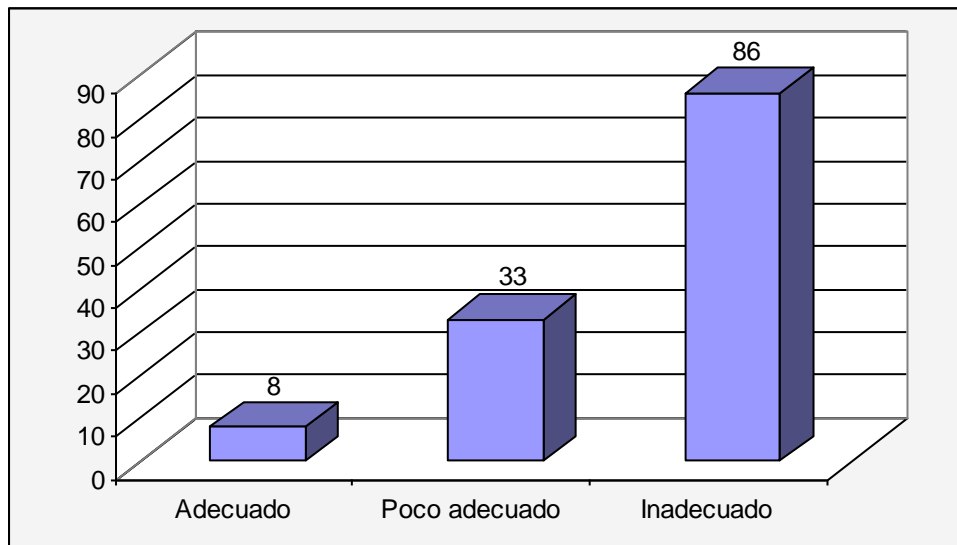
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

De los resultados obtenidos en esta pregunta, los encuestados determinan que las secretarías no se encuentran muy capacitadas en cuanto al desempeño de sus funciones, en consecuencia existe poca satisfacción de los estudiantes.

6. La relacion de la secretaria con padres de familia y estudiantes de su Institución Educativa es?

Adecuado () Poco adecuado () Inadecuado ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Adecuado	8	6%
Poco adecuado	33	26%
Inadecuado	86	68%
TOTAL	127	100%



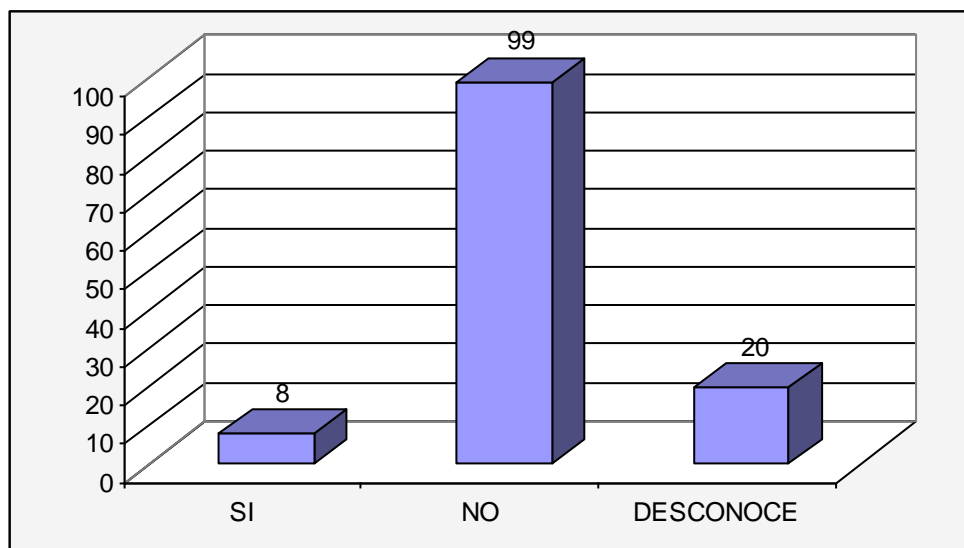
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

El alto porcentaje de respuestas negativas de los encuestados, evidencia la inadecuada relación que existe entre las secretarias y los padres de familia, dando como resultado el descontento de estos clientes directos dentro de la comunidad educativa.

7. Cree usted que la secretaria de su colegio cumple con etica profesional en cuanto al manejo de la documentacion a su cargo y que no sea manipulada ni adulterada?

SI () NO () DESCONOCE ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	8	6%
NO	99	78%
DESCONOCE	20	16%
TOTAL	127	100%



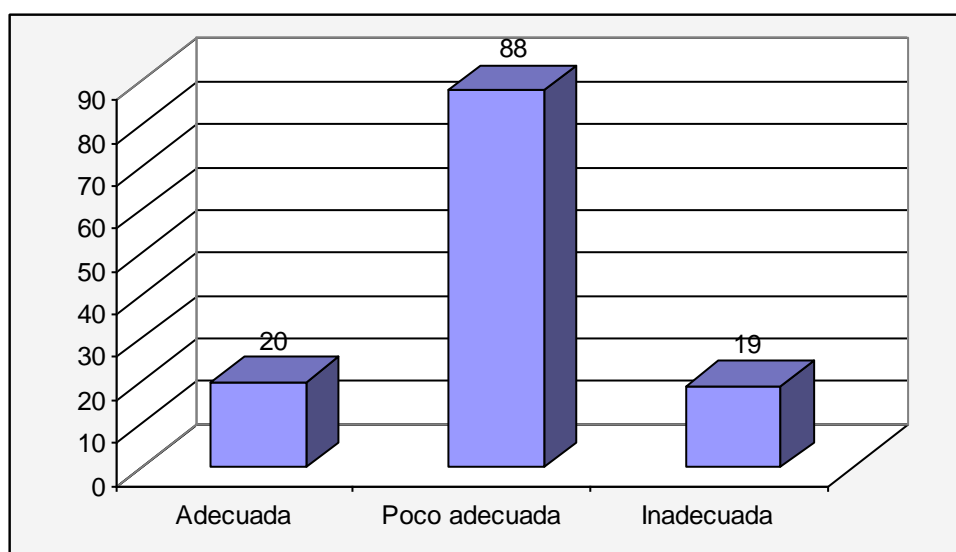
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

La ética profesional de las secretarias es calificada negativamente por parte de los estudiantes, pues éstos indican que existe una disconformidad en cuanto al manejo de las calificaciones, aduciendo que se dan casos de manipuleo de las notas.

8. En relación a la presentación personal, considera Ud. que la secretaria de su Institución Educativa es?

Adecuada () Poco adecuada () Inadecuada ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Adecuada	20	16%
Poco adecuada	88	69%
Inadecuada	19	15%
TOTAL	127	100%



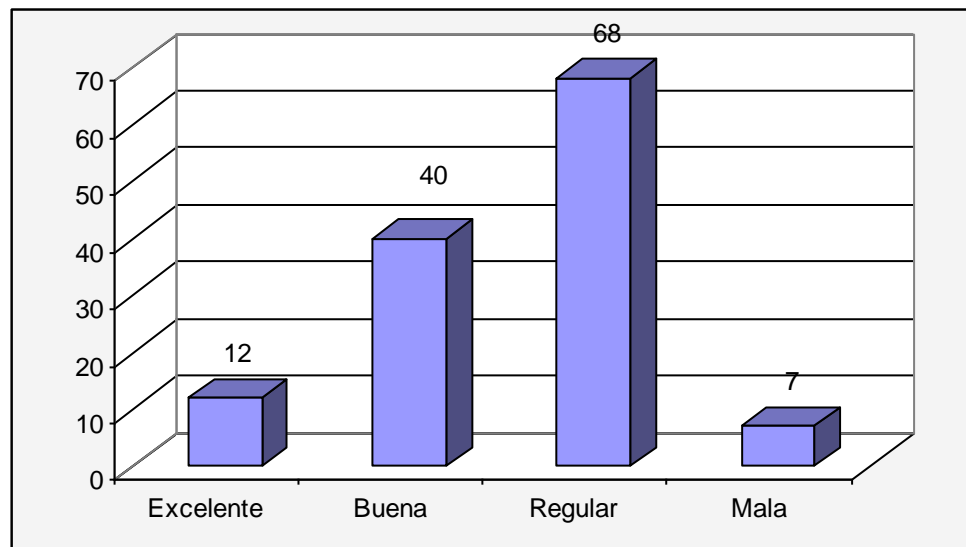
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Con los resultados de esta pregunta se puede determinar que la presentación personal de las secretarías no es muy adecuada por cuanto han sido evidenciadas diariamente por los estudiantes y creen que deben ser más formales.

9. Cómo califica usted, el comportamiento de la secretaria en actos sociales realizados en su Institución Educativa?

Excelente () Buena () Regular () Mala ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Excelente	12	9%
Buena	40	31%
Regular	68	54%
Mala	7	6%
TOTAL	127	100%



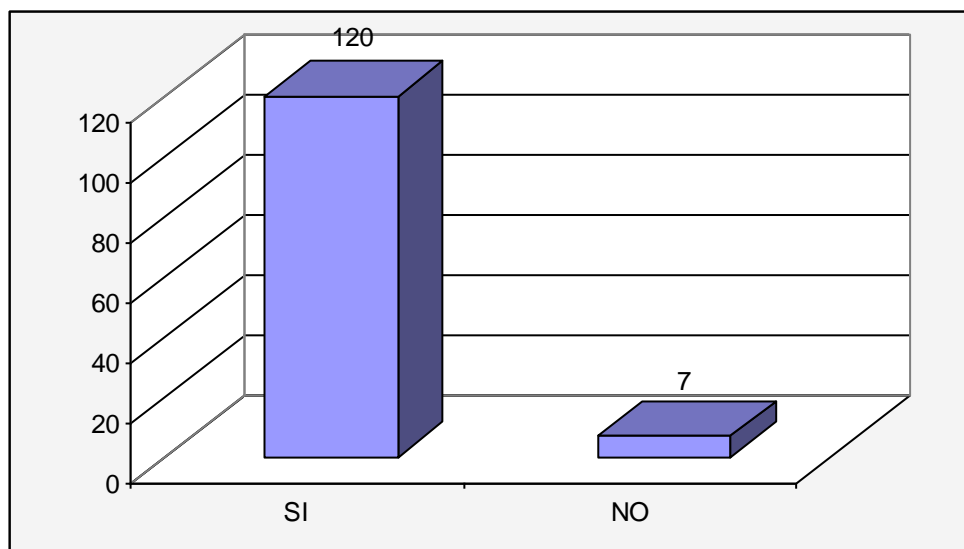
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Según los estudiantes encuestados consideran que en los actos sociales que se realizan en las instituciones el comportamiento de las secretarias no es el adecuado, por cuanto tienen inconvenientes en los actos protocolarios.

10. Se debería capacitarlas y actualizarlas en sus conocimientos a las secretarias de los establecimientos educativos de la zona de Intag?.

SI () NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	120	94%
NO	7	6%
TOTAL	127	100%



Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

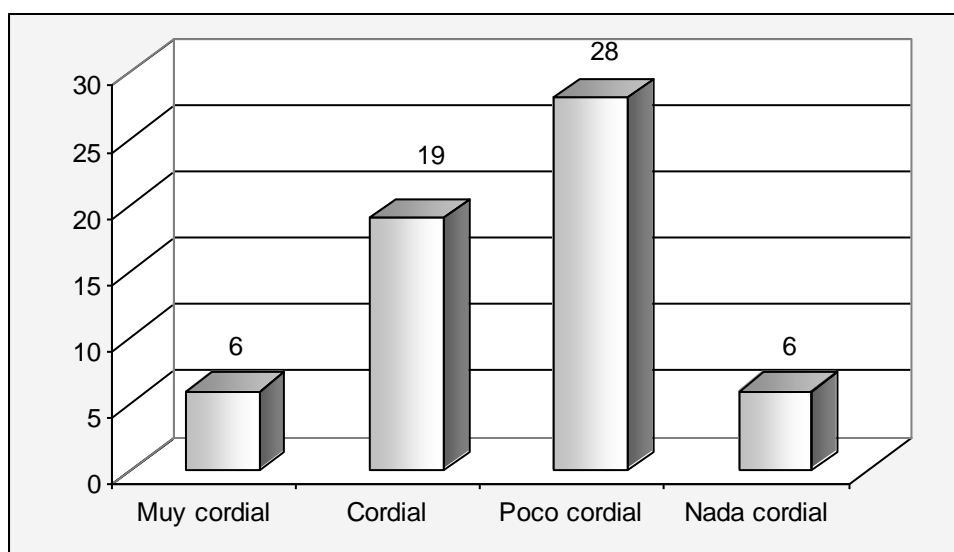
Se evidencia que los encuestados consideran que existen algunas debilidades en cuanto a la atención al cliente y su desempeño, por lo que se ve la necesidad de una capacitación que les permita actualizar sus conocimientos que ayude a mejorar su rol dentro las instituciones educativas.

ENCUESTA REALIZADA A PROFESORES

1. Cómo calificaría la atención a los profesores por parte de la secretaria de su institución?

Muy Cordial () Cordial () Poco Cordial () Nada cordial ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Muy cordial	6	10%
Cordial	19	32%
Poco cordial	28	47%
Nada cordial	6	10%
TOTAL	59	100%



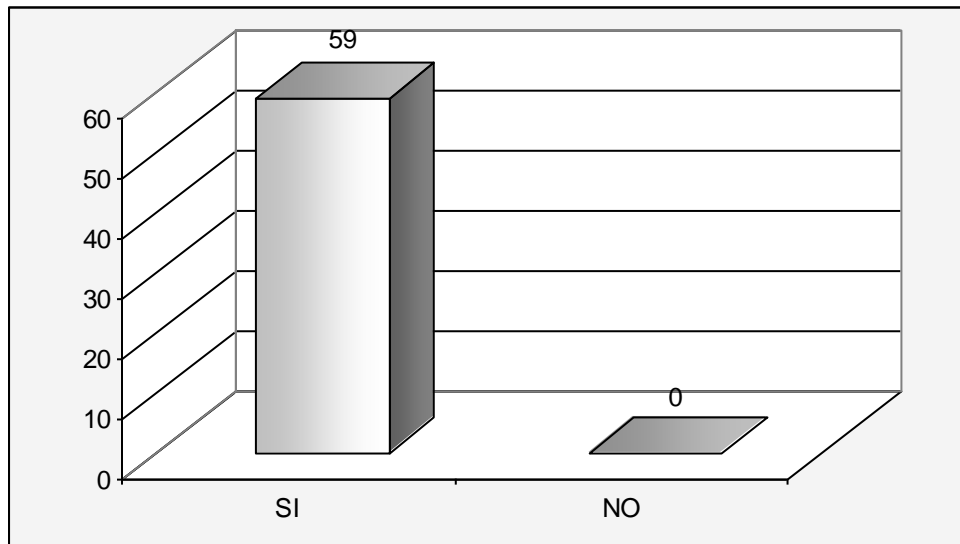
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Según los resultados de este ítem, los profesores consideran al trato de las secretarías poco cordial; por lo tanto, este es un dato que demuestra la poca satisfacción del cliente interno con el servicio.

2. La atención por parte de la secretaria influye en la buena imagen de su Institución Educativa?

SI () NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	59	100%
NO	0	0%
TOTAL	59	100%



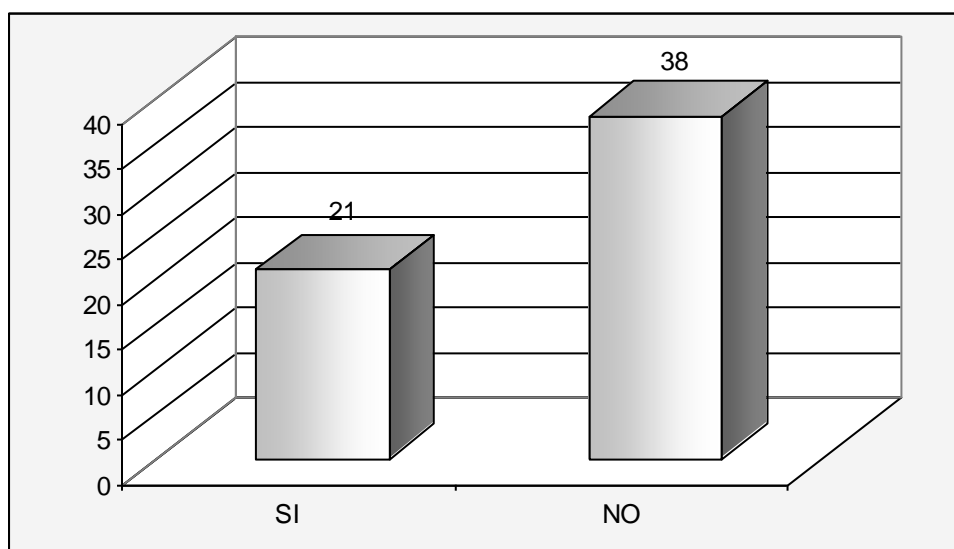
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Según lo profesores y de acuerdo al resultado de este ítem, se puede decir que la imagen de la institución se ve afectada por la atención de la secretaria hacia los estudiantes, profesores y padres de familia.

3. Considera Ud. que la secretaria de su Institución educativa es ágil en la entrega de trámites solicitados por los profesores?

SI () NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	21	36%
NO	38	64%
TOTAL	59	100%



Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

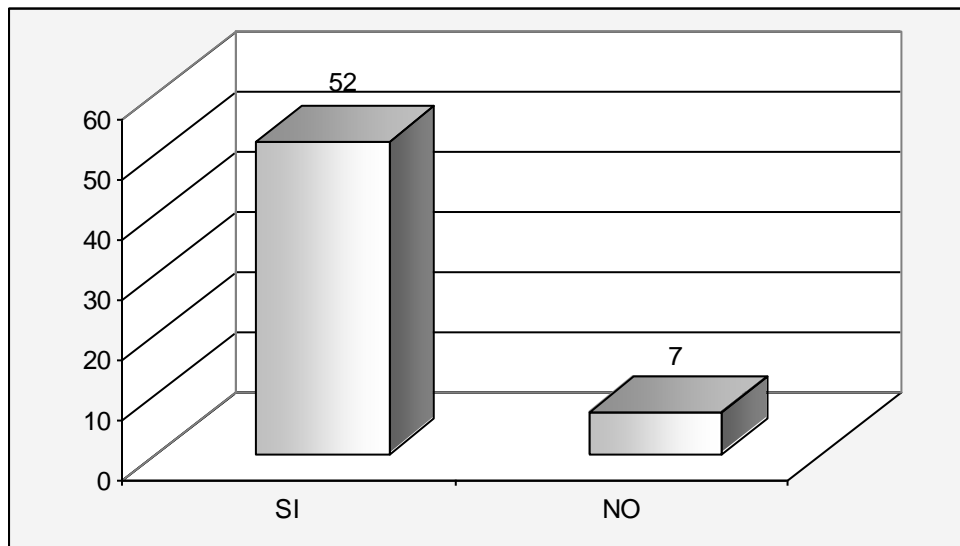
Según la apreciación de los profesores, la agilidad de las secretarias es calificada negativamente, puesto que los trámites no son despachados con rapidez, lo que genera malestar en los interesados.

4. Cree usted que la secretaria deben ser evaluadas en su desempeño?

SI ()

NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	52	88%
NO	7	12%
TOTAL	59	100%



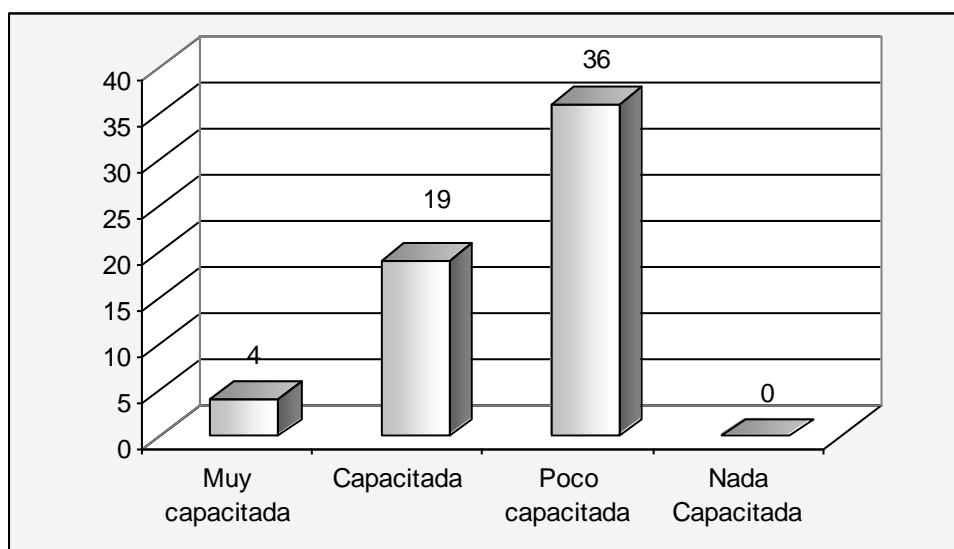
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

La mayoría de los profesores encuestados manifiestan que las secretarias deben ser evaluadas, por cuanto es una realidad que se encuentra determinada por la Ley que además les va a servir para corregir sus errores.

5. En relación al desempeño, considera Ud. que la secretaria de su institución se encuentran.

Muy Capacitada () Capacitada () Poco Capacitada ()
 Nada Capacitada ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Muy capacitada	4	7%
Capacitada	19	32%
Poco capacitada	36	61%
Nada Capacitada	0	0%
TOTAL	59	100%



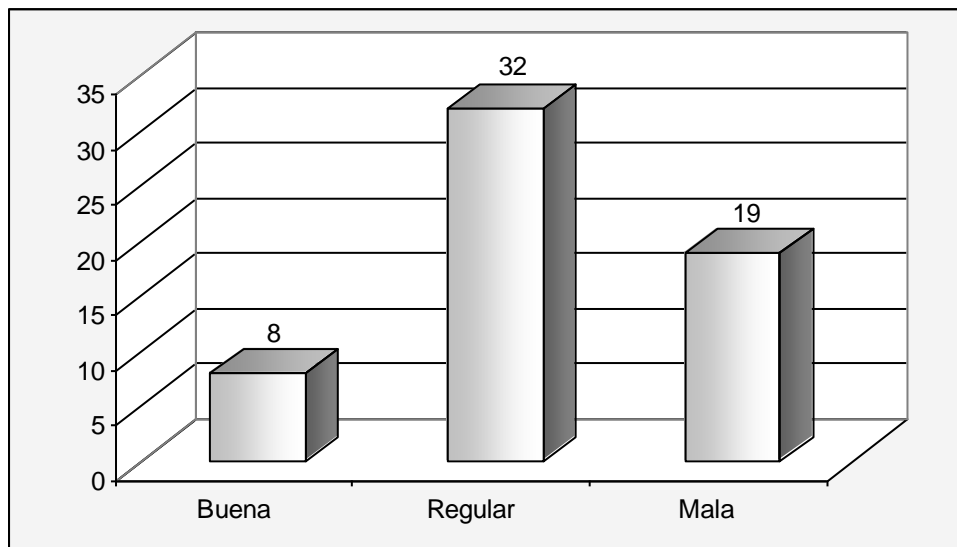
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

De acuerdo con los encuestados, la mayoría determinan que las secretarías no cumplen a cabalidad su rol y que en su desempeño existe poca satisfacción para los profesores.

6. La relacion de la secretaria con padres de familia y estudiantes de su Insititución educativa es?

Buena () Regular () Mala ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Buena	8	14%
Regular	32	54%
Mala	19	32%
TOTAL	59	100%



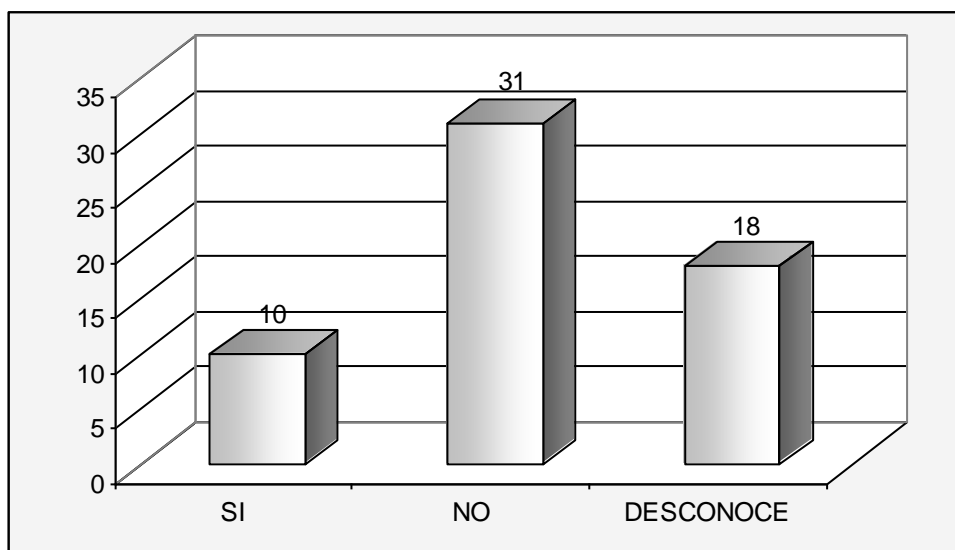
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

El alto porcentaje de respuestas negativas de los encuestados, evidencia la inadecuada relación que existe entre las secretarias y los padres de familia, dando como resultado el descontento de los profesores y toda la comunidad educativa.

7. Cree usted que la secretaria de su Insitución Educativa cumple con etica profesional el manejo de la documentacion a su cargo y ésta no sea manipulada ni adulterada?

SI () NO () DESCONOCE ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	10	17%
NO	31	53%
DESCONOCE	18	31%
TOTAL	59	100%



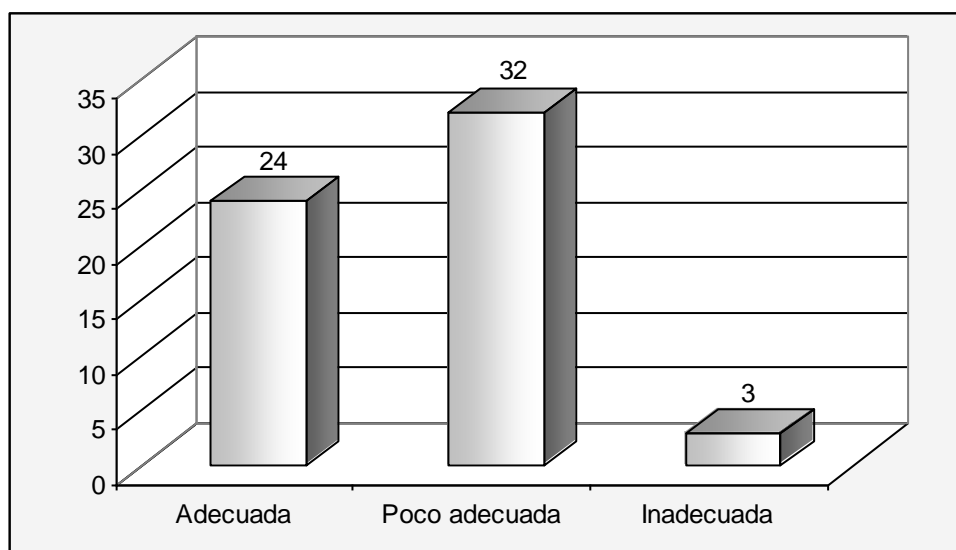
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Los profesores consideran que la ética profesional de las secretarias es negativa por cuanto éstos indican que existe una disconformidad en el manejo de las calificaciones y el manipuleo de las notas.

8. En relación a la presentación personal, considera Ud. que la secretaria de su Institución Educativa es?

Adecuada () Poco adecuada () Inadecuada ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Adecuada	24	41%
Poco adecuada	32	54%
Inadecuada	3	5%
TOTAL	59	100%



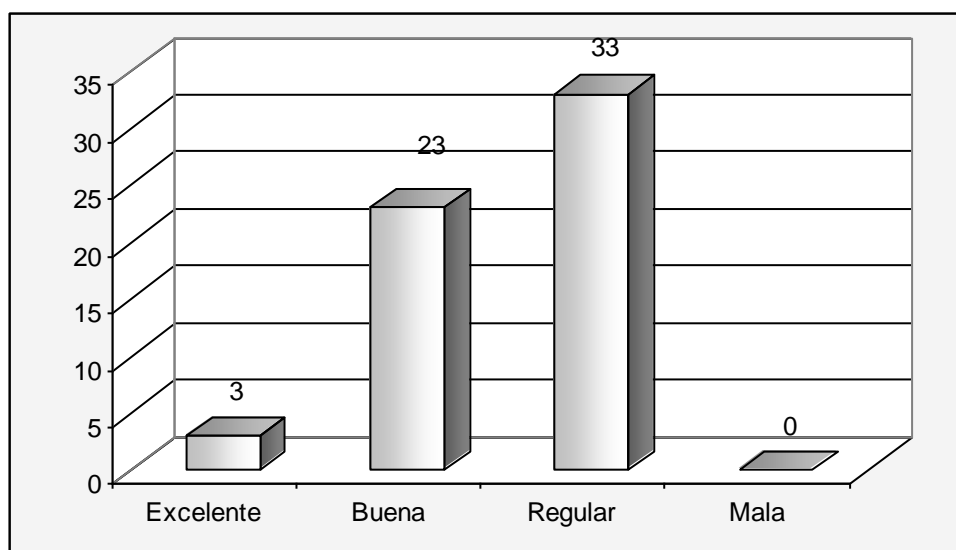
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Con los resultados de esta pregunta se puede determinar que la presentación personal de las secretarias no es muy adecuada por cuanto han sido evidenciadas diariamente y creen que deben ser mas formales.

9. Cómo califica usted, el comportamiento de la secretaria en actos sociales realizados en su Institución Educativa?

Excelente () Buena () Regular () Mala ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Excelente	3	5%
Buena	23	39%
Regular	33	56%
Mala	0	0%
TOTAL	59	100%



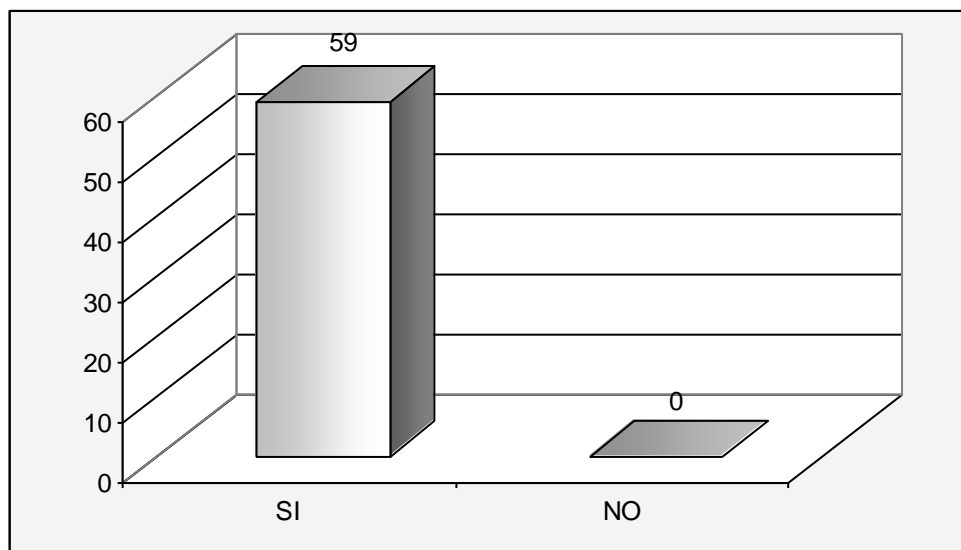
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Según los profesores encuestados consideran que en los actos sociales que se realizan en las instituciones el comportamiento de las secretarías es regular, por cuanto estiman que debe haber más formalidad y protocolo en los actos.

10. Se debería capacitarlas y actualizarlas en sus conocimientos a las secretarias de los establecimientos educativos de la zona de Intag?.

SI () NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	59	100%
NO	0	0%
TOTAL	59	100%



Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

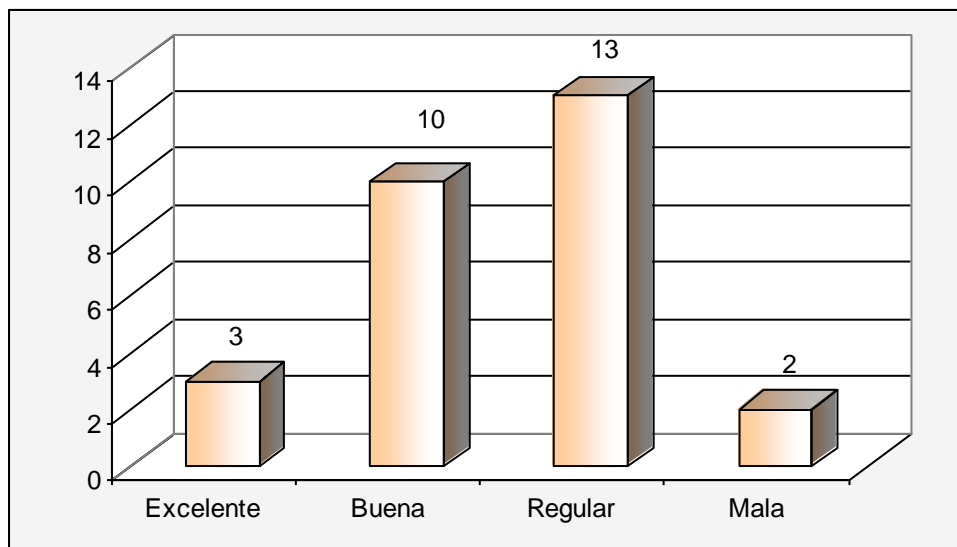
Se evidencia que los encuestados consideran que existen algunas debilidades en cuanto a la atención al cliente y su desempeño, por lo que se ve la necesidad de una capacitación que les permita actualizar sus conocimientos que ayude a mejorar su rol.

ENCUESTA REALIZADA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

1. Cómo calificaría la atención a los profesores y estudiantes por parte de la secretaria de su institución?

Excelente () Buena () Regular () Mala ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Excelente	3	11%
Buena	10	36%
Regular	13	46%
Mala	2	7%
TOTAL	28	100%



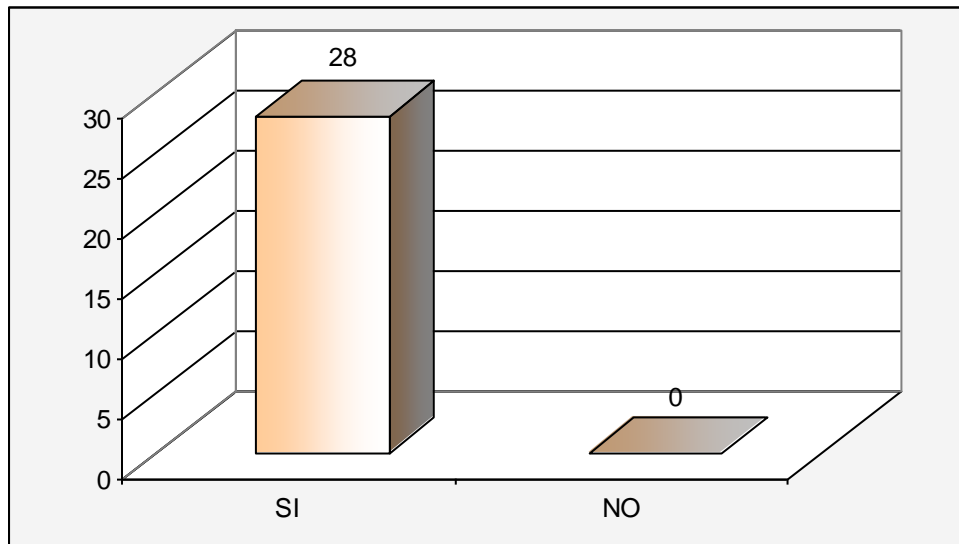
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Según los resultados en esta pregunta, el personal administrativo encuestado, considera al trato de las secretarias, poco cordial; por lo que se evidencia la insatisfacción del cliente interno con el servicio.

2. La atención por parte de la secretaria influye en la buena imagen de su Institución Educativa?

SI () NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	28	100%
NO	0	0%
TOTAL	28	100%



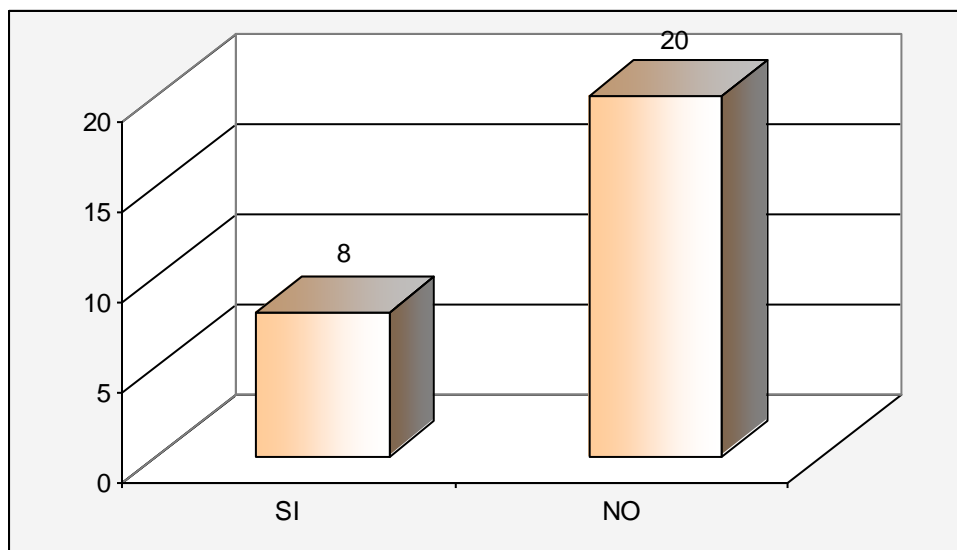
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Según los encuestados, se deduce que la imagen de la institución se ve afectada por la atención de la secretaria hacia toda la comunidad educativa de sus establecimientos educativos.

3. Considera Ud. que la secretaria de su Institución educativa es ágil en la entrega de trámites solicitados por los profesores y estudiantes?

SI () NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	8	29%
NO	20	71%
TOTAL	28	100%



Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

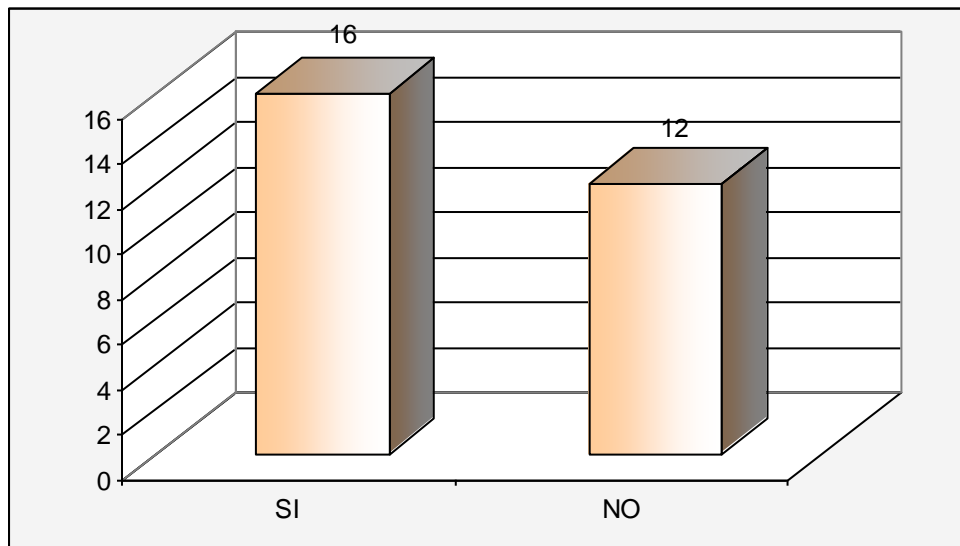
El personal administrativo encuestado aduce que la agilidad de las secretarías es calificada negativamente, puesto que los trámites no son despachados con rapidez, y esto genera malestar en los interesados.

4. Cree usted que la secretaria deben ser evaluadas en su desempeño?

SI ()

NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	16	57%
NO	12	43%
TOTAL	28	100%



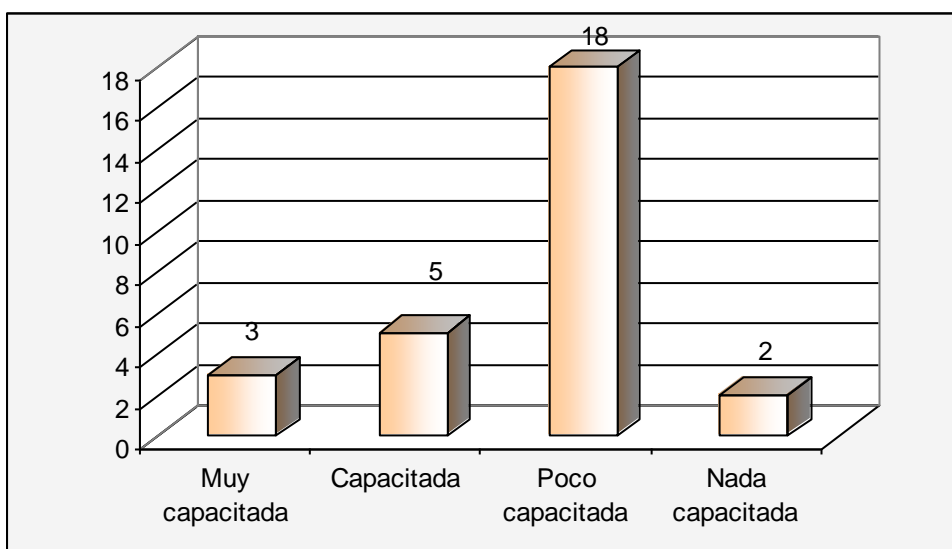
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

La mayoría de los encuestados manifiestan que las secretarias y todo el personal administrativo deben ser evaluadas, por cuanto es una realidad que se encuentra determinada por la Ley que además les va a servir para corregir sus errores.

5. En relación al desempeño, considera Ud. que la secretaria de su institución se encuentran.

Muy Capacitada () Capacitada () Poco Capacitada ()
Nada Capacitada ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Muy capacitada	3	11%
Capacitada	5	18%
Poco capacitada	18	64%
Nada capacitada	2	7%
TOTAL	28	100%



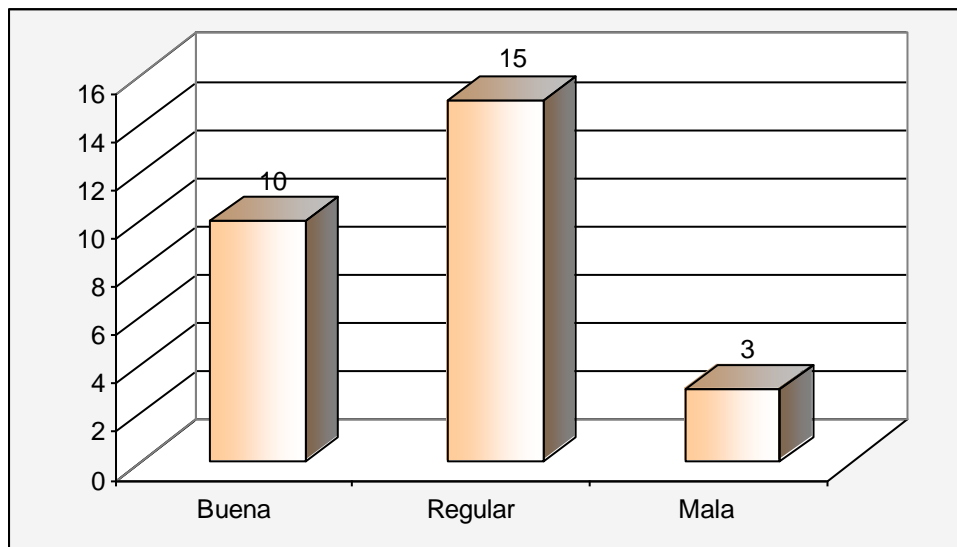
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

De acuerdo con los encuestados, la mayoría de sus compañeras determinan que las secretarías no cumplen a cabalidad su rol y que es el resultado de la falta de capacitación y actualización.

6. La relacion de la secretaria con padres de familia y estudiantes de su Insititución educativa es?

Buena () Regular () Mala ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Buena	10	36%
Regular	15	54%
Mala	3	11%
TOTAL	28	100%



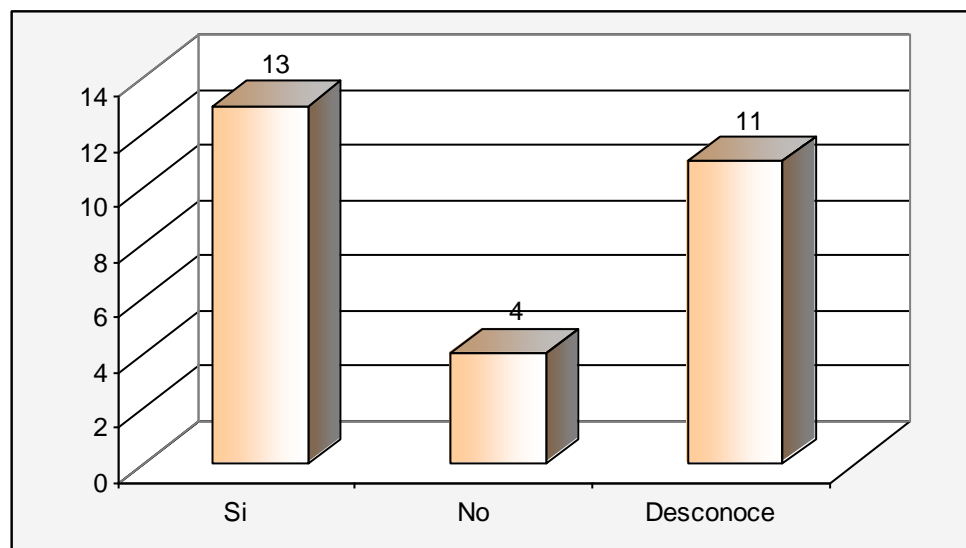
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

El porcentaje de respuestas negativas de los encuestados, evidencia la inadecuada relación que existe entre las secretarias y los padres de familia, dando como resultado el descontento de toda la comunidad educativa.

7. Cree usted que la secretaria de su Insitución Educativa cumple con etica profesional el manejo de la documentacion a su cargo y ésta no sea manipulada ni adulterada?

SI () NO () DESCONOCE ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Si	13	46%
No	4	14%
Desconoce	11	39%
TOTAL	28	100%



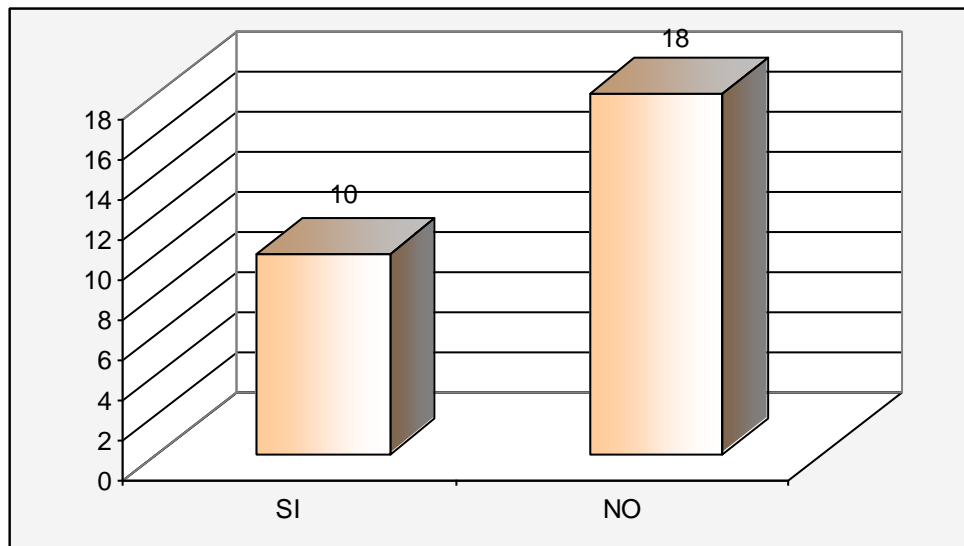
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

La mayoría del personal administrativo encuestado considera que la ética profesional de las secretarias es aceptable y también desconocen si existe una disconformidad en el manejo de la documentación a su cargo.

8. Considera que las relaciones de las secretarias con sus compañeras de su Institución Educativa es buena?

SI () No ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	10	36%
NO	18	64%
TOTAL	28	100%



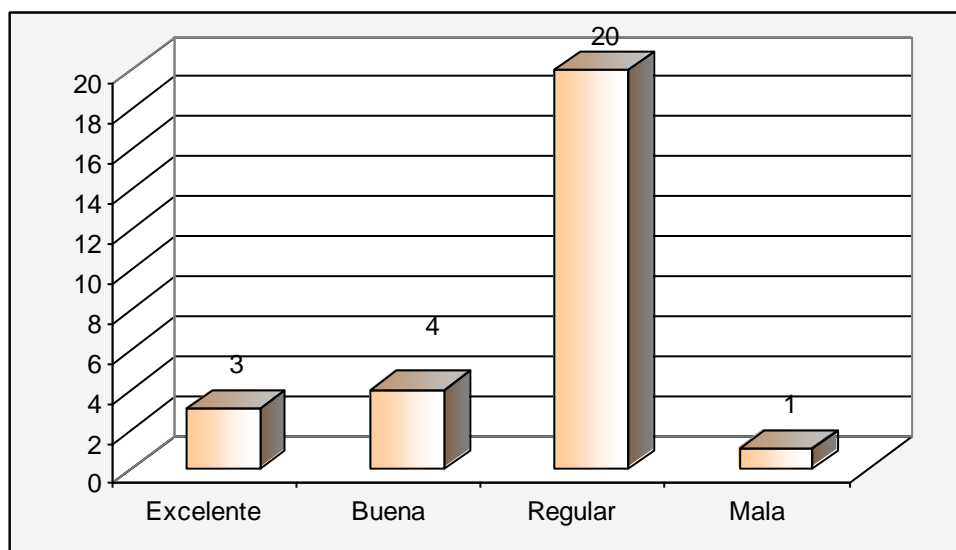
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Los encuestados consideran que existe un ambiente no muy agradable entre compañeros y compañeras, que demuestra que las relaciones no son buenas.

9. Cómo califica usted, el comportamiento de la secretaria en actos sociales realizados en su Institución Educativa?

Excelente () Buena () Regular () Mala ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
Excelente	3	11%
Buena	4	14%
Regular	20	71%
Mala	1	4%
TOTAL	28	100%



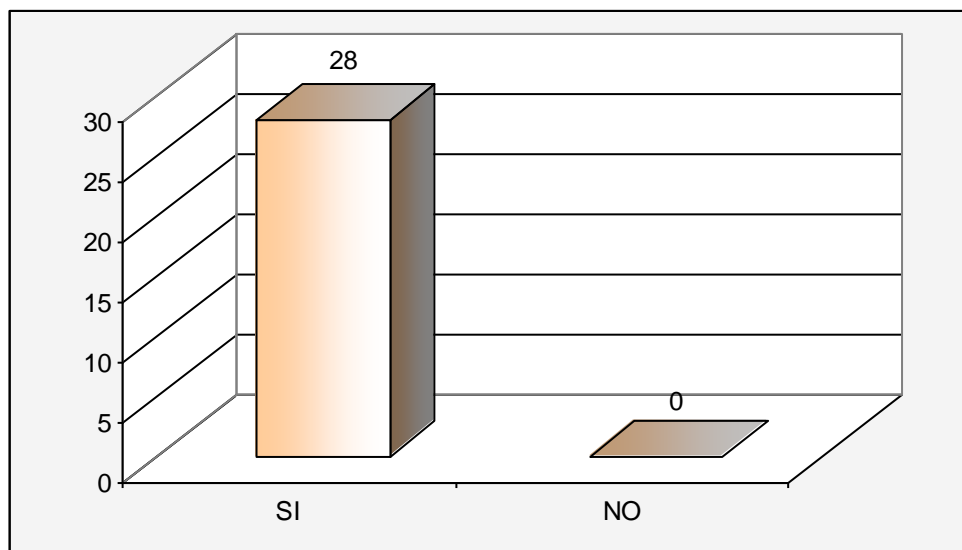
Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Los actos sociales que se realizan en las instituciones demandan de formalidad y el comportamiento de las secretarias es regular, por cuanto estiman que debe haber más protocolo.

10. Se debería capacitarlas y actualizarlas en sus conocimientos a las secretarias de los establecimientos educativos de la zona de Intag?.

SI () NO ()

ASPECTO	FRECUENCIA	%
SI	28	100%
NO	0	0%
TOTAL	28	100%



Fuente: Cumandá Méndez y Ruby Morejón

Se evidencia que los encuestados consideran que existen algunas debilidades en cuanto a la atención al cliente y su desempeño, por lo que se ve la necesidad de una capacitación que les permita actualizar sus conocimientos que ayude a mejorar su rol.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES:

- Las secretarias de las instituciones educativas de la zona de Intag han demostrado tener poca responsabilidad en el manejo de la documentación que diariamente realiza, por lo tanto es necesario seguir cursos de capacitación y actualización que ayuden a mejorar el ejercicio laboral diario.
- En la encuesta se puede evidenciar que las secretaria son poco participativas en los diferentes actos institucionales; participan solo en lo que a ellas les corresponde como secretarias como es en los actos solemnes.
- También de acuerdo a las encuestas realizadas sobre la apariencia personal de la secretaria se refleja que le dan poca importancia a su apariencia tal vez se daba al medio donde nos encontramos.
- Con respecto a la paciencia y tolerancia que debe poseer una secretaria se nota que es poca provocando mal entendidos y discusiones con sus compañeros de trabajo.
- Se evidencia que el nivel de satisfacción de los clientes es poco satisfactorio con el desempeño de las secretarias en la zona.

- Pese a que se encuentran en un sistema que son evaluados, su preocupación por el buen desempeño, no se ve reflejado en el trabajo.
- Se evidencia el deficiente manejo de las relaciones humanas en el trabajo.
- Las secretarias de la zona de Intag, no poseen los conocimientos suficientes que del entorno actual exige para desempeñarse eficientemente.
- La educación permanente en la zona o la actualización se ve dificultada por la lejanía de la zona a las cabeceras cantónales y la capital de la provincia.
- El nivel de satisfacción de los clientes internos y externos en las instituciones evidencia la necesidad de mejoramiento continuo.
- El diseño de la propuesta abarca los nudos críticos identificados como: Atención al Cliente, Relaciones Humanas, Manejo de Documentación, Actitud Proactiva y Computación.
- Es posible lograr un desempeño eficiente y de calidad por parte de las secretarias a través de un proceso de capacitación que complemente su formación.
- Existe la apertura de las autoridades institucionales para la capacitación de las secretarias de sus instituciones y de las secretarias para participar en este proceso.

5.2 RECOMENDACIONES:

- Se recomienda realizar talleres de capacitación y motivación, con la finalidad de despertar el interés en las secretarias demostrando lo importante que es el ser responsable con la documentación que diariamente realiza.
- El Rector de turno debe facilitar los permisos necesarios para que la secretaria pueda capacitarse y actualizar sus conocimientos para el bien personal y de la institución.
- Es recomendable que por disposición del Rector las leyes y reglamentos estén a vista de todo el personal de la institución o por lo menos se distribuya una copia para cada uno con la finalidad de hacer conocer sus derechos y obligaciones que tienen hacia la institución y a su función.
- El Rector debe recomendar a las secretarias que siempre cuiden su apariencia personal, ya que la primera impresión que se lleva al ingresar a una oficina es la apariencia de la secretaria, porque es quien refleja la imagen de la institución.
- Las autoridades institucionales de la zona de Intag deben brindar las facilidades para el desarrollo de este programa de actualización y capacitación de las secretarias.
- El diseño del programa permite atender todos los nudos críticos por tanto se recomienda su ejecución.
- Las secretarias deben participar en este programa de mejoramiento y en todas aquellas que se ofrezcan para lograr eficiencia en sus

funciones.

- Los usuarios deben exigir calidad en los servicios que reciben en las instituciones públicas o privadas, pues la razón de su existencia son los usuarios clientes.

CAPITULO VI

6.1 PROPUESTA

“PROGRAMA DE CAPACITACION A LAS SECRETARIAS DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA ZONA DE INTAG”

6.2 Justificación

Si se considera que el desarrollo profesional es provocado por la acción de las personas; siendo la competencia, el motor que impulsa el desarrollo de la Institución, para ello el factor fundamental es sin lugar a dudas la actualización de conocimientos de las secretarias, la que permite la eficiencia en los servicios y genera entusiasmo en la comunidad; de ahí la importancia de la investigación.

Hasta hoy no se han realizado proyectos de actualización profesional para secretarias que laboran en las instituciones educativas de los sectores rurales de difícil acceso, esta investigación permitirá el auto aprendizaje en las competencias básicas que debe reunir una secretaria para el ejercicio eficiente de sus funciones, por eso este trabajo es original.

La investigación contribuye al debate sobre el mejoramiento de la calidad de los servicios de secretaría, como disponibilidad de la base de datos, centro de atención al cliente y asesoramiento legal a los distintos estamentos institucionales. De ahí que la investigación es de actualidad.

El avance vertiginoso de la tecnología de la información y comunicación permite a la secretaría de las instituciones educativas mejorar la calidad de atención a los usuarios que son los estudiantes, padres de familia y comunidad, su manejo con criterio profesional contribuye al desarrollo individual y social, por lo que este criterio orienta el presente trabajo de grado.

El perfeccionamiento de las capacidades, habilidades y destrezas de desempeño de las actividades productivas, sociales, y administrativas del ser humano contribuye a activar las aptitudes innatas y las actitudes positivas como ser social con anhelos, querencias y deseos, que favorecen alcanzar sus propósitos de realización y trascendencia con la colaboración de autoridades, maestros, padres de familia, estudiantes y personal de secretaría de las instituciones beneficiarias del estudio.

Para este trabajo se cuenta con recursos humanos, bibliográficos, técnicos, materiales y económicos necesarios, que constituyen un aporte para mejorar la calidad del servicio de secretaría.

La realización de esta investigación es factible porque se refleja que en la actualidad la secretaría debe estar siempre con conocimientos actualizados beneficia directamente a las Instituciones educativas de la Zona de Intag.

La razón que me llevó a optar por este tema es por el gusto, por el aprecio que tengo por mi profesión, es por eso que elevo mi voz de protesta a través de este documento esperando que todo lo que haya plasmado en estas hojas sea de realización en su totalidad o en parte.

Ya que existe despreocupación de autoridades de turno, provocando el descontento e inconformidad de quienes ocupamos el departamento de

secretaria.

Queremos a través de este documento se hagan un recordatorio de que existimos y queremos actualizar nuestros conocimientos y estar de alguna manera acorde con los avances tecnológicos y científicos.

En la actualidad el campo de trabajo es muy amplio, nos desarrollamos con una igualdad de oportunidades en los diferentes procesos públicos y privados, en la política, en la educación, que con nuestro gran esfuerzo hemos alcanzado frutos de trabajo que hemos entregado a la sociedad con lealtad y responsabilidad y ética profesional.

La oficina de secretaria constituye el centro de información de mucha importancia dentro de una institución, sea esta pública o privada, el rol protagónico desempeñado por la secretaria, a través de todos los tiempos ha sido base fundamental para el progreso y desarrollo de nuestra civilización. El entorno femenino ha sido representado a través de la historia de generación en generación.

La secretaria de desenvuelve con el trabajo diario al progreso de la sociedad, esa tarea abnegada se refleja en la entrega total a su misión y permanente responsabilidad como funcionaria, profesional y trabajadora en general, en definitiva somos las promotoras del futuro.

6.3 Objetivos

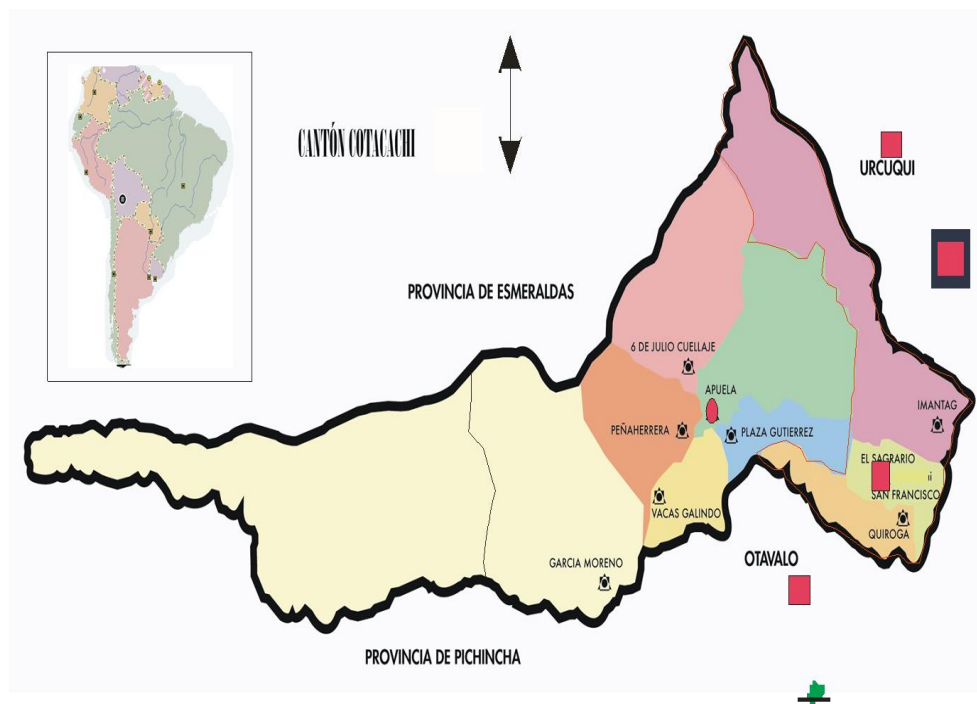
Objetivo General

Elaborar un programa de capacitación para las secretarias de las instituciones educativas de la zona de Intag, con el fin de mejorar su desempeño profesional.

Objetivos Específicos

- Incorporar programas de Relaciones Humanas a nivel local, sectorial, contribuyendo a la solución de problemas actuales en las instituciones educativas.
- Incentivar a las secretarías de las instituciones educativas de la zona de Intag con su profesionalización para el desarrollo y adelanto de la institución.

6.4 Ubicación sectorial y física.



La zona de Intag está ubicada a 65 Km de la ciudad de Otavalo, pertenece al Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura es una zona rica en minerales, tratando siempre se preservar la ecología.

Entre valles y ríos se levanta Apuela, Peña Herrera, Cuellaje, García Moreno, Selva Alegre, las parroquias en las que se serán aplicada la presente propuesta.

6.5 Desarrollo de la propuesta

La aplicación de la propuesta tiene el propósito de acudir a las diferentes autoridades para que el día de la secretaria se decrete oficialmente el derecho a merecer una capacitación acorde a nuestras necesidades, por lo que la igual que todo profesional tenemos la misma capacidad, la misma importancia y como tal necesitamos esta al día con los avances de la tecnología sea por medio de conferencias, charlas, cursos, se trabajara con las secretarias de la Instituciones Educativas de Apuela, Peñaherrera, Cuellaje, García Moreno y Selva Alegre.

PROGRAMA DE ACTUALIZACIÓN DE SECRETARIAS

DURACIÓN:

180 horas.

OBJETIVOS:

- Conocer las normas de las buenas relaciones con sus compañeras
- Identificar el nuevo rol profesional del secretariado
- Definir el perfil óptimo de secretariado.
- Analizar las técnicas que favorecen el adecuado desarrollo de las distintas tareas del secretariado y que determinan una imagen interna y externa.
- Definir y aplicar los conceptos básicos de atención a la Comunidad Educativa.
- Conocer las nuevas herramientas tecnológicas de Office 2007
- Identificar la nueva legislación educativa

COMPETENCIAS GENERALES

- Identifica los hitos más importantes en la evolución del secretariado.
- Conoce las nuevas herramientas tecnológicas que facilitan la ejecución de las tareas genéricas del secretariado.
- Conoce las nuevas formas de atención al cliente
- Aplica buenas relaciones humanas
- Maneja adecuadamente la documentación
- Promueve el cambio de actitud
- Domina la nueva Interfaz de Office 2007

MODULO 1

ATENCIÓN AL CLIENTE

DURACIÓN: 30 Horas

OBJETIVO GENERAL

Cubrir las necesidades de formación en el área de la relación Secretaria - cliente, para poder desarrollar con eficiencia y profesionalidad esta actividad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender las claves del éxito de la gestión empresarial moderna.
- Dominar las técnicas de comunicación interpersonal.
- Aprender los aspectos más relevantes de la comunicación.
- Gestionar correctamente y con la máxima eficacia la técnica telefónica.
- Tratar de forma profesional los diferentes tipos de clientes y sus circunstancias propias.

COMPETENCIAS

- Identifica al cliente como un ente importante para la Institución
- Conoce las características principales para brindar buen servicio
- Establece nuevas formas de atención al público
- Mejora el trato al cliente
- Reconoce los parámetros para llegar a la excelencia

METODOLOGÍA:

La metodología que se propone es la siguiente:

- Expositiva (Transmisión – recepción)
- Deductiva (De lo general a lo particular)

LOGROS ESPERADOS:

- Buena atención a los clientes internos y externos de las instituciones
- Conocedor de nuevas formas de brindar buen servicio
- Conocedor de la importancia d los clientes en las instituciones

CONTENIDO

1. El Cliente
2. Como debe ver al cliente
3. Conocer al cliente
4. ¿Por qué se pierden los clientes?
5. El Servicio
6. Características del servicio
7. Atención al Público
8. La comunicación efectiva
9. El uso del teléfono
10. La habilidad de escuchar
11. La habilidad de preguntar
12. El trato con el cliente
13. La Excelencia

DESARROLLO

1. EL CLIENTE

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sea de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores.

2. CÓMO DEBE VER AL CLIENTE?

Un cliente:

- Es la persona más importante de nuestro negocio.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- Nos está comprando un producto o servicio y no haciéndonos un favor.
- Es el propósito de nuestro trabajo, no una interrupción al mismo.
- Es un ser humano de carne y hueso con sentimientos y emociones (como uno), y no una fría estadística.
- Es la parte más importante de nuestro negocio y no alguien ajeno al mismo.
- Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo.
- Es merecedor del trato más cordial y atento que le podemos brindar.

- Es alguien a quien debemos complacer y no alguien con quien discutir o confrontar.
- Es la fuente de vida de este negocio y de cualquier otro.

El cliente es nuestro jefe y nuestra razón de ser como empresarios !.

3. CONOCER AL CLIENTE

Cada empresario debe responder preguntas tales como: ¿Para qué mejorar la atención a mis clientes?, ¿Cómo hacerlo?, ¿Con quién?, ¿Me traerán ventajas o desventajas esos cambios?.

Estos interrogantes encuentran respuesta a diario en el comportamiento de los consumidores, que reciben influencia de los medios de comunicación para modificar sus hábitos de compra con mucha rapidez. (Uso de distintos medios de pago, entrega a domicilio, compras por Internet, etc.)

Alguien le puede preguntar: ¿usted. vende o le compran?, ¿Cómo construye sus ingresos diarios?, ¿Conoce "a fondo" a sus clientes?, ¿Cómo se entera de sus necesidades y que hace para satisfacerlas?

Estas y otras muchas reflexiones son las que nos permiten conocer a nuestros clientes, crear valor, mejorar la calidad del servicio, lograr fidelidad, crecer, etc.

4. POR QUÉ SE PIERDEN LOS CLIENTES?

En primer lugar debemos conocer que requiere un cliente de nuestra empresa. El siguiente listado enumera una serie de valores apreciados por los consumidores a la hora de realizar una compra. Pensemos por un momento en nosotros mismos, ocupando el rol de consumidores, para verificar si estamos o no de acuerdo con los

mismos.

Qué busca obtener el cliente cuando compra?

- Un precio razonable
- Una adecuada calidad por lo que paga
- Una atención amable y personalizada
- Un buen servicio de entrega a domicilio
- Un horario cómodo para ir a comprar

Estos son los valores más importantes que un pequeño empresario debe privilegiar a la hora de enfrentar las épocas de crisis y superarlas con éxito. De nada sirven las "vivezas" o "picardías" del tipo: "el cliente no sabe nada y no se va a dar cuenta", o la falta de control en ciertas actitudes de empleados y propietario con alguna manifestación de "soberbia" hacia el cliente.

Un cliente se siente insatisfecho cuando no recibe la atención adecuada y además experimenta un comprensible estado de incomodidad. Esto lo lleva a preguntarse: ¿me quejo? ¿o no vuelvo?.

Algunos estudios que se realizaron sobre el particular señalan:

1. Solo un 3 % de las operaciones de un negocio terminan en una queja.
2. El 15 % adicional se queja por vías informales, por ejemplo el boca a boca, que puede ser fatal para un negocio.
3. Un 30 % adicional no se quejará nunca, pero está seguro de tener motivos suficientes para protestar.

Lo seguro, es que ninguno de los tres grupos volverá a comprar en esa firma y además inducirá a muchos para que compren en otro lado.

El siguiente cuadro muestra datos por demás reveladores.

Porqué se pierden los clientes?

1 % Porque se mueren

3 % Porque se mudan a otra parte

5 % Porque se hacen amigos de otros

9 % Por los precios bajos de la competencia

14 % Por la mala calidad de los productos/servicios

68 % Por la indiferencia y la mala atención del personal de ventas y servicio, vendedores, supervisores, gerentes, telefonistas, secretarias, despachantes, repartidores, cobradores y otros en contacto con clientes.

Principales causas de insatisfacción del cliente

- ◆ El servicio se brinda en una forma poco profesional 19%
- ◆ He sido tratado como un objeto, no como una persona 12%
- ◆ El servicio no ha sido efectuado correctamente la primera vez 9%
- ◆ El servicio se prestó en forma incompetente con pésimos resultados 8%
- ◆ La situación empeoró después del servicio 7%
- ◆ "He sido tratado con muy mala educación" 6%
- ◆ El servicio no se prestó en el plazo previsto 4%
- ◆ El precio pagado fue mayor que el que se pactó al principio 4%
- ◆ Otras causas menores 31%

Como se observa el 31 % de casos de mala atención se debe a pequeñas causas menores. Es decir que estas causas tienen un fuerte peso relativo que hacen bajar el nivel de calidad del servicio; aunque por otro lado se controlen las cinco causas habituales de problemas y que

representan el 48 % del total.

Por lo tanto, es muy importante que en un negocio se planifiquen y diseñen cuidadosamente todas aquellas tareas que tengan que ver con el contacto directo o indirecto de los clientes.

Es necesario instrumentar un sistema de capacitación y motivación que involucre a todo el personal que interviene en este proceso. Debe haber una clara definición de tareas y responsabilidades, para hacer previsible los resultados y reducir constantemente la cantidad de clientes insatisfechos. Porque la disminución de los costos por la "no calidad", tiene como contrapartida un aumento de las ventas y la fidelidad de los clientes satisfechos.

5. EL SERVICIO

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico.

El comprador de una computadora espera cierto número de prestaciones, antes durante y después de la compra propiamente dicha: demostraciones, prueba de la máquina con sus componentes, soluciones financieras, reparaciones rápidas, garantía post-venta, etc.

El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es "un valor agregado para el cliente", y en ese campo el cliente es cada vez más exigente.

En la percepción de la calidad del servicio influyen también los símbolos que rodean al producto:

1. El pescado parece más fresco cuando se lo presenta sobre una cama de hielo.

2. Se suele juzgar la competencia de un médico por su sala de espera.
3. El precio. La exigencia de calidad aumenta en relación directa con el precio.
4. Cuando el cliente recibe poca información sobre lo que va a comprar, percibe que el producto o servicio es de menor calidad.

En las posibilidades de diferenciación, la orientación al servicio, es decir el "saber hacer" es la que se lleva la "parte del león".

Algunos ejemplo:

- a. Ofrecer una habitación en un hotel no consiste en disponer de una cama y un baño. Incluye también el servicio de restaurante, bar, personal de recepción, servicios de reservas para distintas atracciones, cambios de moneda, etc.
- b. El corte de pelo a un cliente debe estar adaptado al tipo de persona, que en algunos casos prefiere una atención rápida y no les gusta esperar, otros quieren estar a la moda y buscan además placer y descanso donde el servicio, por ejemplo, se acompaña con una taza de café.
- c. Quién acude a un banco en busca de un crédito, espera una buena atención confidencial, información instantánea y completa sobre la operación a realizar, previsión de cambios y obligaciones a satisfacer para que luego no existan "sorpresas desagradables".

La comunicación desempeña un papel importantísimo en el éxito de una estrategia de servicio. Es el vehículo indispensable para ampliar la clientela, conseguir lealtad, motivar a los empleados y darles a conocer las normas de calidad que deben poner en práctica.

La comunicación es la única forma de hacer conocer la ventaja de la empresa en relación a sus competidores. Es la que permite ocupar

un lugar en la mente de los consumidores (posicionamiento).

6. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

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

Inseparable: se fabrica y se consume al mismo tiempo.

Variable: depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.

Perecedero: No se puede almacenar.

7. ATENCION AL PÚBLICO

Toda persona que trabaja dentro de una empresa y toma contacto con el cliente, la misma aparece identificada como si fuera la organización misma.

Estadísticamente está comprobado que los clientes compran buen servicio y buena atención por sobre calidad y precio.

Brindar un buen servicio no alcanza, si el cliente no lo percibe. Para ello es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos que hacen a la atención al público.

- **Cortesía:** Se pierden muchos clientes si el personal que los atiende es descortés. El cliente desea siempre ser bien recibido, sentirse importante y que perciba que uno le es útil.
- **Atención rápida:** A nadie le agrada esperar o sentir que se lo ignora. Si llega un cliente y estamos ocupados, dirigirse a él en forma sonriente y decirle: "Estaré con usted en un momento".
- **Confiabilidad:** Los cliente quieren que su experiencia de compra sea lo menos riesgosa posible. Esperan encontrar lo que buscan o que alguien responda a sus preguntas. También esperan que si se les ha prometido algo, esto se cumpla.

- **Atención personal:** Nos agrada y nos hace sentir importantes la atención personalizada. Nos disgusta sentir que somos un número. Una forma de personalizar el servicio es llamar al cliente por su nombre.
- **Personal bien informado:** El cliente espera recibir de los empleados encargados de brindar un servicio, una información completa y segura respecto de los productos que venden.
- **Simpatía:** El trato comercial con el cliente no debe ser frío y distante, sino por el contrario responder a sus necesidades con entusiasmo y cordialidad.

8. LA COMUNICACIÓN EFECTIVA

Cuando nos **comunicamos** con alguien no solamente emitimos un mensaje, también **recibimos** una respuesta y nuevamente **comunicamos** ante esa respuesta. Todo ello se realiza con palabras, gestos, pensamientos y sentimientos.

Las comunicaciones comprende el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa.

En términos generales podemos agrupar dos tipos de comunicación:

a. **Comunicación verbal**

Es la que expresamos mediante el uso de la voz:

Saludar al cliente con calidez. Esto hará que el cliente se sienta bienvenido.

Ser precisos. No se deben utilizar frases como "Haré lo que más pueda". El cliente no entiende que es "lo que más podemos".

No omitir ningún detalle. Cuando le diga a un cliente que el producto cuesta \$ 40,00; eso es lo que él espera que le cobren. Si existen cargos adicionales hay que decírselo por anticipado.

Pensar antes de hablar. Cuanto más sepamos acerca del cliente, mejor lo vamos a atender. Pensar en lo que se va a decir antes de comenzar a hablar nos dará la posibilidad de transmitir nuestro mensaje.

b. **Comunicación no verbal.** La comunicación es mucho más que las palabras que utilizamos; éstas, en realidad, constituyen un canal relativamente débil o menos impactante para dar y recibir mensajes.

Investigaciones recientes demuestran que en una disertación, una comunicación personal ante un grupo de individuos, el 55 % del impacto de transmisión se concreta a través del lenguaje corporal y los gestos, el 38 % llega mediante el tono de voz, cadencia, etc. y sólo el 7 %, a través del contenido y el significado de las palabras.

Utilicemos la sonrisa, postura, vestimenta, gestos, que son ejemplos de la comunicación no verbal, para capitalizar la satisfacción del cliente.

9. EL USO DEL TELÉFONO

Una de las formas de tomar contacto con el cliente es mediante el uso del teléfono. Es muy importante la forma en que establecemos la comunicación y el tono de la conversación. Antes de iniciar el tratamiento del tema, el diálogo con la persona que está del otro lado

de la línea debe iniciarse siguiendo estos pasos elementales:

1. Saludar al interlocutor
2. Dar el nombre de la empresa y cargo o departamento
3. Decir nuestro nombre (habla Fulano de Tal.....)
4. Ofrezcamos ayuda (Por ejemplo: "¿en que le podemos ayudar?...")

Antes de tomar el auricular, debe haber una disposición entusiasta de la persona que atiende. Luego se debe escuchar cuidadosamente para descubrir que es lo que desea nuestro interlocutor:

- Hacer una pregunta o consulta.
- Expresar una objeción
- Hacer un planteo

Las objeciones expresan el desacuerdo del cliente que las utiliza para evitar o dilatar la compra. Las objeciones hay que responderlas "no ignorarlas", tratando de emplear argumentos que las neutralicen o minimicen.

La buena atención telefónica tiene una serie de requisitos que se deben cumplir para lograr ese objetivo.

- Comprender todas las funciones del teléfono.
- Contestar el teléfono tan pronto sea posible.
- Mantener el micrófono del receptor alineado frente a la boca y hablar con claridad.
- Evitar los ruidos innecesarios.
- Mientras se habla por teléfono, no beber, no comer, ni masticar goma de mascar.
- No hablar con terceros mientras se está atendiendo una llamada.

- Se debe pedir consentimiento para hacer esperar al cliente.
- Hay que utilizar el botón de espera (HOLD) cuando hagamos esperar a un cliente.
- No dejar al cliente esperando mucho tiempo en la línea. Se irrita y fastidia. Se predispone mal.

En muchas oportunidades debemos evaluar no solamente **LO** que decimos, sino **COMO** lo decimos.

Hay que eliminar frases como: "Usted tendrá que...", o "No puedo ayudarlo, tendrá que hablar con la administración".

Lo correcto es decir: "Puedo comunicarlo con el departamento de administración". "No hay que dar detalles innecesarios".

El cliente no necesita saber que el dueño de la empresa tiene su mujer enferma o fue a buscar a su hijo al colegio.

"Evitar la palabra **debería**"

No hay que decirle al cliente que el encargado de ventas "debería llegar en una hora" si no estamos seguros.

Lo correcto es tomar el nombre y teléfono del cliente y llamar cuando vuelve el encargado de ventas.

"No mencionar otras quejas".

No se puede excusar diciendo, "no puede ayudarlo, ahora está atendiendo otra queja...".

10. LA HABILIDAD DE ESCUCHAR

Una de las partes esenciales de la comunicación es saber

escuchar. Va más allá de lo que nosotros oímos con nuestros oídos. Significa escuchar con la mente.

Hay que escuchar los hechos y los sentimientos. Porque la gente se expresa con ambos elementos. Por ejemplo: "La video filmadora que compré se descompuso durante el viaje de vacaciones y perdí la oportunidad de grabar paisajes y situaciones que jamás voy a tener la posibilidad de repetir".

La respuesta tiene que contemplar hechos y sentimientos.

11. LA HABILIDAD DE PREGUNTAR

En todos los casos hay que escuchar lo que el cliente "dice" pero también lo que "no dice".

Muchas veces los clientes tienen dificultad para expresarse, nuestra responsabilidad es llegar al verdadero asunto. ¿De qué forma?, indagando. ¿Cómo?, formulando preguntas **ABIERTAS** o generales o **CERRADAS** específicas.

Las preguntas **ABIERTAS** sirven para:

1. Establecer necesidades
2. Definir problemas
3. Comprender pedidos
4. Obtener más información

Se utilizan preguntas **CERRADAS** para:

1. Clarificar lo que se ha dicho
2. Hacer que el cliente preste su conformidad
3. Resumir una conversación o confirmar un pedido

12. EL TRATO CON EL CLIENTE

El cliente discutidor: Son agresivos por naturaleza y seguramente no estarán de acuerdo o discutan cada cosa que digamos. No hay que caer en la trampa. Algunos consejos que sirven de ayuda para tratar este tipo de clientes:

- Solicitarle su opinión.
- Hablar suavemente pero firme.
- Concentrar la conversación en los puntos en que se está de acuerdo.
- Contar hasta diez o más.....

El cliente enojado: Cuando se trata este tipo de clientes no hay que negar su enojo y decirle, "No hay motivo para enojarse". Esto lo enojará más.

Algunas formas de manejar la situación son:

- Ver más allá del enojo
- No ponerse a la defensiva
- No involucrarse en las emociones
- No provocar situaciones más irritantes
- Calmar el enojo
- No hay que prometer lo que no se puede cumplir
- Analizar a fondo el problema
- Hay que ser solidario
- Negociar una solución

El cliente conversador: Estas personas pueden ocupar mucho de nuestro tiempo. Además de entrar a comprar algo, nos cuentan

la historia de su vida. No hay que tratar de sacárselo de encima de un plumazo, se debe demostrar interés y tener un poco de paciencia, ya que el motivo real de su comportamiento es que se encuentran solas.

El cliente ofensivo: El primer pensamiento que se nos cruza al tratar con individuos ofensivos es volverse "irónico" o "ponerlos en vereda". ¡NO LO HAGAN!. Lo mejor es ser amables, excepcionalmente amables. Esto los descoloca y hacer bajar el nivel de confrontación.

El cliente infeliz: Entran en un negocio y hacen esta afirmación: "Estoy seguro que no tienen lo que busco". Estas personas no necesariamente tienen un problema con nosotros o con la empresa, su conflicto es con la vida en general. No hay que intentar cambiarlos, se debe procurar de mejorar la situación, mostrarse amable y comprensivo, tratando de colaborar y satisfacer lo que están buscando.

El que siempre se queja: No hay nada que le guste. El servicio es malo, los precios son caros, etc. etc. Hay que asumir que es parte de su personalidad. Se debe intentar separar las quejas reales de las falsas. Dejarlo hablar y una vez que se desahogue encarrilar la solución teniendo en cuenta el tema principal.

El cliente exigente: Es el que interrumpe y pide atención inmediata. Esta reacción nace de individuos que se sienten inseguros y de esta forma creen tener más control. Hay que tratarlos con respeto, pero no acceder a sus demandas.

El cliente coqueteador: Las insinuaciones, comentarios en doble sentido con implicancias sexuales, pueden provenir tanto de hombres como de mujeres. Se debe mantener una actitud calma,

ubicada y de tipo profesional en todo momento. Ayudarles a encontrar lo que buscan y así se van lo más rápido posible.

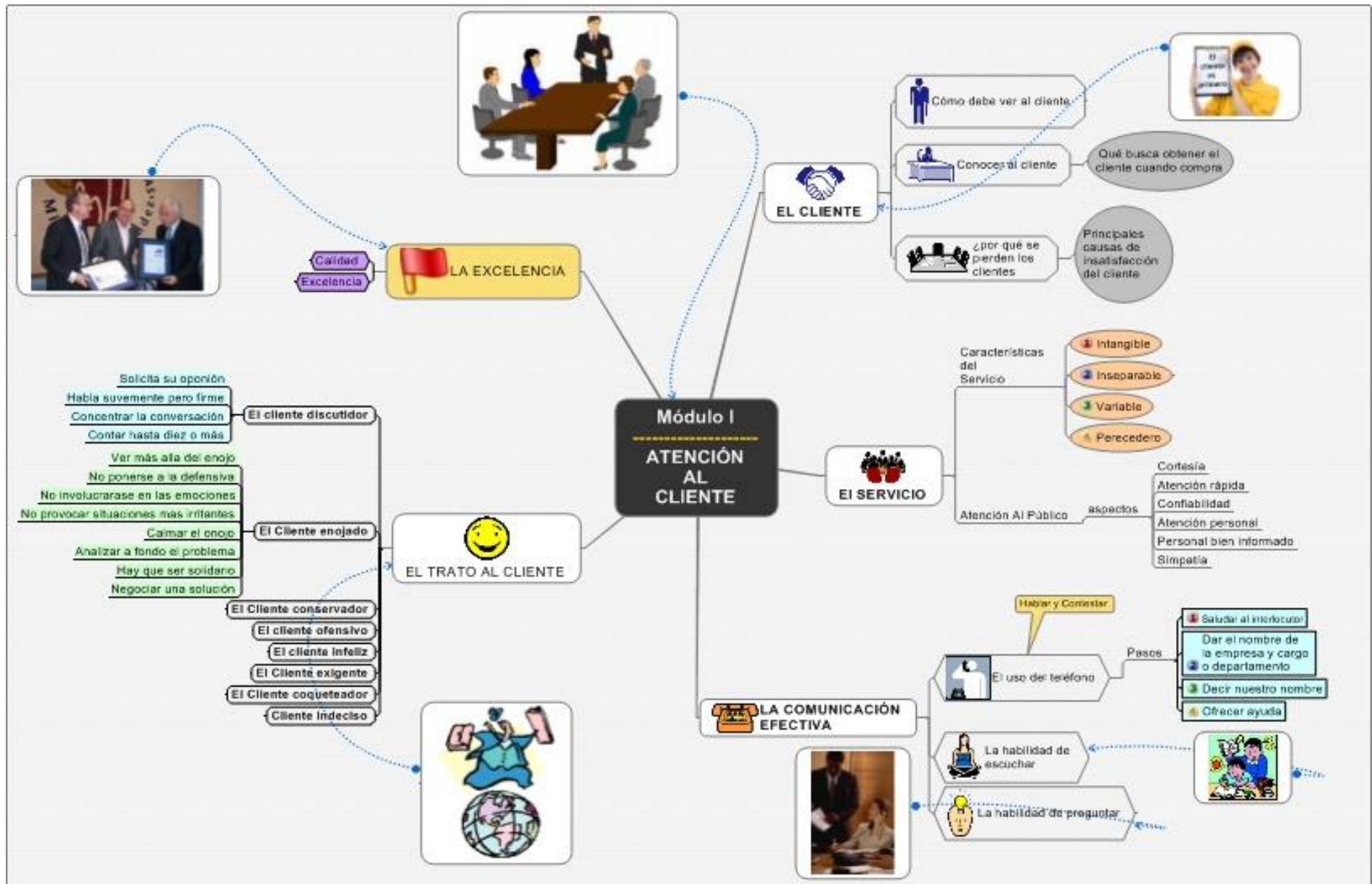
El que no habla y el indeciso: Hay que tener paciencia, ayudarlos, no hacerles preguntas donde su respuesta tiene que ser muy elaborada. Sugerirles alternativas y colaborar en la decisión.

13. LA EXCELENCIA

La buena calidad en la atención crea nuevos clientes y mantiene la lealtad con los propios. Ello se logra poniendo en práctica éstos y otros conceptos cuya aplicación debe superar las expectativas pautadas, logrando sorprender al cliente por darle más de lo que esperaba, en síntesis, estaremos logrando la excelencia.

CALIDAD: "Es dar al cliente lo que se prometió"

EXCELENCIA: "Es sorprender al cliente, dándole más de lo que se le prometió".



MODULO 2

RELACIONES HUMANAS

DURACIÓN: 30 Horas

OBJETIVO GENERAL

Despertar interés en las secretarias para aplicar los conocimientos adquiridos en sus relaciones interpersonales, con todo el equipo de trabajo y en la sociedad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Perfeccionar las relaciones humanas frente a la sociedad
- Conocer los principios generales de las relaciones humanas
- Conocer las características la autoestima.
- Determinar su personalidad

COMPETENCIAS

- Conoce la importancia de tener buenas relaciones con la comunidad educativa.
- Conoce los principios generales para tener buenas relaciones humanas con los clientes
- Mejora su autoestima
- Identifica su personalidad

METODOLOGÍA:

La metodología que se propone es la siguiente:

- Expositiva (Transmisión – recepción)
- Deductiva (De lo general a lo particular)
- Inductiva

LOGROS ESPERADOS:

- Buenas relaciones humanas con la comunidad educativa de su institución.
- Conocedor de los principios generales para tener buenas relaciones humanas.
- Mejora en su personalidad y autoestima

CONTENIDO

1. Las Relaciones Humanas
2. Perfeccionar las Relaciones humanas: ¿Por qué y para qué?
3. Podemos lograr buenas relaciones si ponemos en práctica los siguientes principios generales:
4. Revisión de la evaluación personal
5. Superación personal
6. ¿Qué conseguimos con unas buenas Relaciones Humanas?
7. Características de la autoestima baja
8. Características de la autoestima alta
9. Cómo llevarse bien con la gente
10. ¿Cuál es tu personalidad?

1. Las Relaciones Humanas

Hoy en día hoy se ha comprobado la fuerte influencia que ejercen las relaciones humanas en el trabajo de cualquier grupo, ya sea formal o informal, institucional o no, porque los miembros de un grupo son personas que proceden de diferentes extractos sociales, con diferentes

experiencias, preparación, aspiraciones, deseos, características psicológicas y utilizan diferentes métodos para lograr los objetivos que se han plantado.

Por estas razones, cada persona observa la vida, las situaciones y las cosas de diferentes maneras y presenta una actitud diferente ante un mismo hecho.

Para que las relaciones humanas sean adecuadas es necesario que se tome en cuenta el ser humano integral, ya que este es el eje de dichas relaciones.

Existen varias **definiciones** que tratan de explicar qué son las Relaciones Humanas: "Es el arte de llevarse bien con los demás, son un dar y recibir,.."

En los últimos tiempos se ha comprobado que muchas de las dificultades claves de la administración han estado íntimamente ligados al elemento humano, de modo de que la aptitud para comprender los aspectos humanos de una situación y para llevar relaciones adecuadas con el equipo de trabajo y los clientes, las relaciones humanas adquieren cada vez mayor importancia.

El ser humano debe poseer las siguientes **Características**:

Capacidad, confianza, creatividad, iniciativa, lealtad, ingenio, honradez, entre otros.

Las cualidades anteriores son muy personales, pero es fundamental que cada uno de los miembros del grupo contribuya para lograr la meta común el mismo. Se da entonces una interrelación, de forma tal que cada uno depende del otro, estando así el grupo unido con el fin de alcanzar el o los objetivos propuestos.

2. Perfeccionar las Relaciones humanas: ¿Por qué y para qué?

La razón del ser humano es **vivir en sociedad**. Y allí su requerimiento máximo es el de disfrutar de relaciones humanas armónicas. En efecto, todo el mundo sabe muy bien de lo satisfactorio y placentero que es el de disfrutar de buenas relaciones humanas y de la tragedia que significa el de no tenerlas.

El tan inquietante y comentado "**stress**" (tensión) en los seres humanos es prácticamente siempre producto de experiencias de relaciones humanas insatisfactorias o del riesgo de que así ocurra. Es decir, malas relaciones humanas implican una amenaza claramente comprobada de problemas de salud tanto mental como orgánica.

No es necesario ser un experto para saber cómo afectan a las personas los conflictos conyugales, las problemáticas familiares (relaciones padres-hijos, relaciones entre hermanos, crisis de adolescencia, etc.) o las relaciones humanas insatisfactorias en el trabajo.

En efecto, es bien conocido el que las llamadas **enfermedades psicósomáticas** (colon irritable, asma, alergias, hipertensión, etc.) son consecuencias directas de la tensión. También, que la tensión acelera la arteriosclerosis, que afecta las funciones sexuales al alterar el balance de las hormonas respectivas, y así sucesivamente. También, hay consenso entre los especialistas que el cáncer tiene como factor destacado a la tensión.

Y por su parte los **trastornos mentales funcionales** (neurosis, inhibiciones, psicosis funcionales) dependen esencialmente de las problemáticas en relaciones humanas. Incluso, el **fracaso en los estudios**, descartando el factor capacidad intelectual, deriva de la mayoría de los casos de relaciones humanas perturbadas del estudiante con sus familiares o con sus profesores.

En suma, **para tener una vida feliz es requisito indispensable el gozar de buenas relaciones humanas.**

Por otra parte, para la eficiencia y productividad en empresas e instituciones diversas (clubes deportivos, instituciones vecinales, etc.) tienen como factor de primera importancia la constitución de equipos de trabajo que tengan buenas relaciones humanas.

En ambientes conflictivos y con discordia en que predominan los antagonismos, resentimientos y desconfianza sucede precisamente lo contrario. Lo que impulsa cada vez más a ejecutivos y directivos tanto a aplicarse en propia capacitación en relaciones humanas, como a la puesta en práctica de programas destinados a mejorar el respectivo clima organizacional.

3. Podemos lograr buenas relaciones si ponemos en práctica los siguientes principios generales:

- 1) Amor al prójimo como a nosotros mismos.
- 2) Darle importancia a las aspiraciones de la gente.
- 3) Respetar las diferencias individuales.
- 4) Escuchar: queremos que nos escuchen, pero se nos hace difícil escuchar al otro.
- 5) Aceptar a los demás como son.
- 6) No discutir jamás.
- 7) Ir conociendo los sentimientos del otro.
- 8) No ser dominante tratar siempre de persuadir.

- 9) Usar frases de cortesía.
- 10) Trata a los demás como te gustaría que te traten.
- 11) Ponerse en el lugar del prójimo. (Empatía)
- 12) Estudiar los gustos ajenos.
- 13) Pensar bien de todos.
- 14) Cultivar la simpatía.
- 15) Ser generoso en el elogio.
- 16) Corregir con cariño y en privado.
- 17) Dar confianza y animar.
- 18) Mostrarse agradecido.
- 19) Perdonar y olvidar.
- 20) Saludar y sonreír.
- 21) Presentar excusas.
- 22) Ser hospitalario y responsable.
- 23) Controlar las preocupaciones.
- 24) Usar conversaciones positivas.
- 25) Ser comprensivo, tolerante y prudente.
- 26) Debemos llamar a las personas por su nombre.
- 27) Ser flexible y adaptables.

28) Continuar aprendiendo toda la vida.

29) Aptitud positiva.

30) Mirar a los demás a los ojos.

4. Revisión de la evaluación personal

Toma papel y lápiz y pon los números del 1 al 29 y vas leyendo las preguntas y en la hoja escribes la valoración que consideres.

5-alto 4-moderado 3-medio 2-moderado bajo 1-bajo

1) Siento que tengo éxito en mi trabajo/ ocupación actual.

2) Te sientes satisfecha con tu trabajo/ trayectoria laboral actual.

3) Crees que eres una persona que asume riesgos.

4) Sientes que es importante tu educación.

5) Busco lo bueno en los demás.

6) Puedo hacer casi todo lo que me propongo.

7) Me siento cómoda en situaciones sociales nuevas.

8) Reconozco y agradezco los cumplidos de los demás.

9) Me siento cómoda al hablar ante otras personas.

10) Disfruto contándoles a los demás mis éxitos.

11) Soy una persona optimista.

12) Soy una persona orientada a las metas.

13) Me siento cómoda al tomar la mayor parte de las decisiones.

14) Estoy en buena condición física.

15) Los demás me respetan por quien soy.

16) Proyecto una auto imagen positiva.

17) Escucho activamente.

18) Me gusta ser responsable de personas y proyectos.

19) Disfruto las conversaciones de controversia.

20) Considero que los obstáculos son un reto.

21) Puedo reírme de mis errores.

22) Soy responsable de mis pensamientos y acciones.

23) Soy directa al dar voz en mis sentimientos.

24) Llevo una vida equilibrada.

25) Soy una persona entusiasta.

26) Uso contacto visual al hablar con las personas.

27) Me agrado genuinamente por ser quien soy.

28) Hago ejercicios físicos diariamente.

29) Considero que es importante mi forma de vestir.

SUMA TUS PUNTOS Y ANOTA EL TOTAL EN UN ESPACIO DE LA HOJA.

5. Superación personal

Son fórmulas para vivir la vida, para darnos un hábito de felicidad. Son afirmaciones que al final nos ayudarán a ser mas productivos, incluso económicamente.

- 1- Fijarse metas.
- 2- Auto imagen positiva.
- 3- Ambición.
- 4- Perseverancia.
- 5- Responsabilizarse de sí mismo.
- 6- Relaciones personales.
- 7- Hábitos.
- 8- Hacerlo, no posponer.
- 9- Ahorro.
- 10- Esfuerzo.

6. ¿Qué conseguimos con unas buenas Relaciones Humanas?

- 1) Logramos tener mejor salud mental y emocional.
- 2) Favorece nuestra armonía con los demás y nos provee la paz interior.
- 3) Fomenta la amistad.
- 4) Evita minimiza los conflictos.

- 5) Favorece los ascensos en el trabajo.
- 6) A más relaciones, mayor será el respeto hacia usted.
- 7) La vida se le despeja y disminuye los conflictos.
- 8) Crece el aprecio hacia su persona.
- 9) Las manifestaciones de solidaridad son cada vez mas frecuentes.

En **síntesis** las relaciones humanas son:

- 1) Convivir
- 2) Llevarse bien
- 3) Armonizar
- 4) Negociar en los conflictos
- 5) Quererse
- 6) Respetarse
- 7) Comprenderse
- 8) Aceptarse
- 9) Crecer
- 10) Desarrollarse
- 11) Madurar
- 12) Expresar menos controversias
- 13) Vislumbrar un sol en el horizonte

Éstas son las mayores **aspiraciones de los seres humanos** en sus **relaciones cotidianas** y esto es lo que se pretende con este curso.

7. Características de la autoestima baja

- No tienen **metas**,
- No generan ideas de **progreso**,
- Viven **aburridos**,
- Deprimidos y con **poco entusiasmo**,
- Tienen poco sentido del humor, por lo tanto son normalmente **tristes**,
- No creen que su vida tenga sentido ni **trascendencia**,
- No aceptan su **realidad**,
- Son tímidos e **introvertidos**,
- Tienen la **conversación pobre** y sin entusiasmo,
- Prefieren que otros hablen de sus éxitos y tienen **dificultad para socializarse**,
- Son personas generalmente **aisladas**,
- Calladas y **huidizas**,
- Dificultad de integración al **grupo**.

8. Características de la autoestima alta

- Tiene **metas** sanas y realizables,

- Ideas constantes de **progreso**,
- Tiene **sentido del humor**,
- Siente **aprecio sincero** por el / ella como persona,
- Le gustan las **cualidades** y disfrutar sus logros sin jactancia,
- **Se acepta** a sí mismo,
- Está **conforme con lo que es**,
- Aunque se plantee superar lo que entiende que nos limita,
- Prefiere triunfar, pero **no se hunde** cuando tiene que enfrentar dificultades,
- Además sabe **reconocer cuándo se ha equivocado**,
- Se siente **en paz** con sus pensamientos y sentimientos,
- Es respetuosa, comprensiva y cariñosa consigo misma y con quienes la rodean. Confía en su capacidad para lograr lo que se ha propuesto,
- Atiende sus **necesidades** físicas, psíquicas, intelectuales, emocionales y espirituales.

9. Cómo llevarse bien con la gente

- 1) No digas todo lo que piensas, cultiva una voz baja y persuasiva. A veces importa más cómo se dicen las cosas que lo que se dice.
- 2) Haz pocas promesas, pero cúmplelas fielmente, no importa lo que pase.

- 3) Nunca dejes pasar la oportunidad de decirle una palabra amable o alentadora a alguien. Celebra una buena labor, no importa quién lo haya hecho.
- 4) Interésate por otros, por su trabajo, familia, etc. Haz que todas las personas con la que te encuentras piensen que las consideras importantes, por humilde, que sea.
- 5) Se optimista. No molestes ni deprimas a aquellos que le rodean, contándoles tus desilusiones y dificultades pequeñas, recuerda que todo el mundo tiene problemas.
- 6) Se de mente abierta, conversa, pero no discutas. Lo que distingue a una mente superior es la habilidad para discernir sin ser desagradable.
- 7) Deja que tus virtudes hablen por sí mismas, no hables de los defectos de otro. No alientes el chisme, que es sólo una valiosa pérdida de tiempo y puede resultar muy destructivo.
- 8) Respeta los sentimientos de otros. Las burlas y los comentarios mordaces, a costa de los demás, no vale la pena, y pueden hacerle daño cuando menos lo esperas.
- 9) No prestes atención ninguna a los comentarios malintencionados que se haga sobre ti. Cabe la posibilidad de que la persona que le cuenta no diga las cosas exactamente cómo la oyó, una mala digestión o un desarreglo nervioso puede ser la causa de un comentario desagradable.
- 10) No te preocupes demasiado de que los otros reconozcan tu valor. Haz las cosas lo mejor que puedas, y espera. Olvídate de ti mismo y deja que sean los otros los que se acuerden. El éxito es mucho más agradable así.

10. ¿Cuál es tu personalidad?

Hay **4 tipos** de personalidades:

1) Sanguíneo

El sanguíneo es súper extrovertido, es una persona calida, amistosa y que vive confiando en la buena fortuna, sociable, que atrae a las personas hacia si como un imán. Un optimista, es generoso y compasivo, atento a lo que le rodea y al ánimo y sentimientos de los demás.

Tiene dificultad para quedarse callado y tiene dificultad para ocuparse de detalles. Los sanguíneos resultan ser buenos vendedores, oradores, actores y a veces lideres.

2) Flemático

El flemático es pasivo y súper introvertido, observador y pesimista, agradable y bonachón imperturbable, también alegre, trabajador, es eficiente, conservador, confiable, ocurrente y con una actitud mental práctica.

Los flemáticos pueden ser buenos diplomáticos por que son pacificadores por naturaleza, pueden ser maestros, médicos, científicos, comediantes y editores. Pueden llegar a ser líderes muy capaces. No se enfada fácilmente, tiene sentido del humor, es empático y justifica la actuación de los demás.

3) Colérico

El colérico es activista, tiene una voluntad fuerte, es un líder natural y es muy optimista, su mente está llena de ideas, proyectos u objetivos, generalmente los concreta.

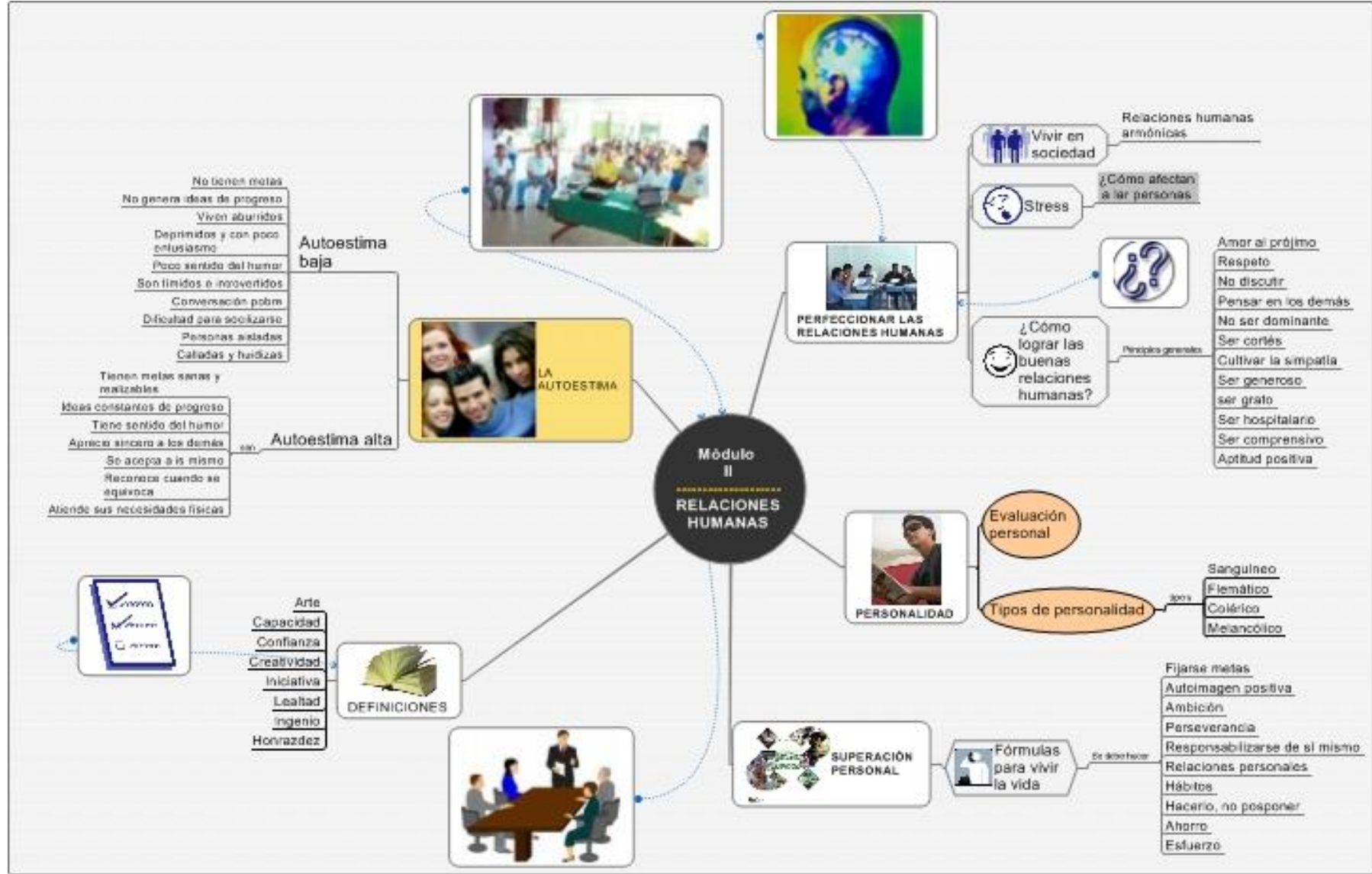
Es autosuficiente, impetuoso, se enoja con facilidad y tiene a ser duro y cruel, puede ser bueno como supervisor general, constructor, político y organizador (no es preciso).

4) Melancólico

El melancólico es perfeccionista e introvertido es el mas rico no solo en dones y sensibilidad estética, sino que tiene la amplitud necesaria para experimentar toda la serie de fluctuaciones de estados de ánimos, también es rico en debilidades emocionales, particularmente en lo referente a la tendencia a la ira y la depresión.

También tiene tendencia a sentirse perseguido y que están hablando de el (paranoico) rara vez explotan en el momento, sino que cuando nadie se acuerda explotan y entonces si es verdad que hay que oírlos.

Son muy creativos y pueden ser artistas compositores, filósofos, inventores y pensadores. En la antigüedad se utilizaba indistintamente los términos melancolía y depresión.



MODULO 3

MANEJO DE DOCUMENTACIÓN

DURACIÓN: 40 Horas

OBJETIVO GENERAL

Mejorar el manejo, clasificación y ordenamiento de los documentos que administra teniendo en cuenta el organismo, funciones y actividades del lugar donde se desempeña.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diferenciar los documentos e información.
- Clasificar la documentación según la diplomática.
- Conocer el valor documental, según su ciclo vital y conservación.
- Establecer un cuadro de clasificación de los documentos que administra,
- Ordenar de acuerdo al servicio que presta, en su rol de administrador de documento.

COMPETENCIAS

- Conoce la importancia de manejar adecuadamente los documentos.
- Diferencia las formas de manejar la documentación
- Establece técnicas para clasificar la documentación
- Adquiere hábitos y normas de ordenamiento de la información.

METODOLOGÍA:

La metodología que se propone es la siguiente:

- Expositiva (Transmisión – recepción)
- Deductiva (De lo general a lo particular)
- Inductiva

LOGROS ESPERADOS:

- Manejo y ordenamiento adecuado de la documentación
- Registro documentos normativamente.
- Documentos clasificados

Contenido del curso

1. Documentos en la organización
2. Normas, usos, distribución (continuación)
3. Elementos esenciales
4. Clasificación de documentos
5. ¿Cómo registrar la documentación?
6. ¿Cómo registrar correspondencias?
7. ¿Cómo registrar las actividades?
8. ¿Cómo registrar los proyectos?
9. ¿Cómo registrar un documento índice?
10. ¿Cómo archivar la documentación?
11. Archivo físico y electrónico
12. Manual para oficina

1. Documentos en la organización

Existen diferentes tipos de documentos para ser usados en la Organización, algunos son para registrar la parte administrativa, otros, lo referente a la prestación del servicio.

En este apartado definiremos algunas normas, usos, y distribución para un tipo de documentos. Veremos también el mínimo de elementos que deben poseer otros tipos de documentos.

Estos documentos, así como: las normas, usos, distribución y elementos, podrían ser los adoptados por su Organización, o bien ser adaptados a conveniencia.

Normas, usos, distribución.

Circular.

Normas:

1.- Será emitida y firmada por el personal directivo. Las normas e instrucciones que se establezcan a través de ella, tendrán carácter de obligatoriedad para todo el personal.

2.- Cuando se trate de instrucciones temporales, la respectiva Circular deberá indicar el período de vigencia establecido. De no ser factible dicha indicación, se anulará oportunamente mediante la emisión de una Circular que haga referencia a la Circular que se anula.

3.- Cada Supervisor debe comunicar y tratar el contenido de las circulares con el personal a su cargo. Asimismo, son responsables por la supervisión en cuanto a su cumplimiento y por el control de archivos de las mismas.

Usos:

1.- Dictar instrucciones de carácter permanente o temporal para todo el personal.

2.- Hacer del conocimiento del personal las políticas adoptadas por la presidencia.

3.- Establecer cambios parciales o generales en la estructura organizativa.

Distribución:

Original: área emisora.

- Copias: Supervisores, quienes archivarán una copia para su control e información y utilizarán la otra para hacerla del conocimiento y observación de sus subordinados.

Notificación.

Normas:

1.- La comunicación establecida a través de la Notificación, tendrá carácter obligatorio para todo el personal o para quien expresamente se indique en la misma.

2.- Será emitida por Personal Directivo y/ Supervisores.

Usos:

1.- Informaciones recibidas por otros institutos gubernamentales.

2.- Decretos o resoluciones del Ejecutivo Nacional.

3.- Noticias e informaciones de interés para la Organización.

4.- Aspectos de carácter preventivo sobre asuntos administrativos, operativos, legales y otros.

5.- Nombramientos de funcionarios.

Distribución:

- Original: área emisora.

- Copias: Supervisores, quienes archivarán una copia para su control e información y utilizarán la otra para hacerla del conocimiento y observación de sus subordinados.

2. Normas, usos, distribución (continuación)

Manuales, procedimientos, instructivos.

Normas:

1.- Serán producidos por un Asesor de Calidad o cualquier otro previa autorización del Personal Directivo.

2.- Las políticas y normas contenidas en las circulares, se tendrá como fundamento para realizar los ajustes operativos de los sistemas vigentes o la emisión de nuevos manuales en los casos que así se requieran.

3.- Cada Supervisor que reciba un manual, Instructivo, Procedimiento, deberá dar a conocer y comentar con su personal asignado el contenido de dicho instrumento.

4.- Las observaciones producidas por la aplicación de los mismos, deben ser dirigidas por escrito al Asesor de Calidad o ente emisor.

5.- Deben ser mantenidos bajo la custodia y responsabilidad de los Supervisores a quienes se les entregan dichos instrumentos.

6.- Deben ser de libre consulta para el personal bajo su adscripción que lo requiera.

7.- El responsable de la custodia de los manuales debe mantenerlos actualizados, de acuerdo a las modificaciones, agregados o sustituciones que oportunamente se hagan.

Usos:

1.- Procedimientos, normas, relacionadas con el área de prestación de servicios de la Organización, los cuales deben ser formar parte de la documentación de la misma.

2.- Resaltar aspectos de carácter preventivo, correctivo sobre asuntos administrativos, operativos, legales y otros del área en cuestión.

Distribución:

- Original: área emisora.

- Copias: Supervisores, quienes archivarán una copia para su control e información y utilizarán la otra para hacerla del conocimiento y observación de sus subordinados.

Memorando.

Normas:

1.- Tienen carácter de comunicación formal entre una Línea de mando a otra; en consecuencia, serán emitidos por los Supervisores o representantes de la Línea.

2.- Toda respuesta a un Memorando, previamente cursado, deberá referirse a la codificación del Memorando que se va a contestar.

Usos.

- 1.- Instruir o informar dentro del área de actividades de cada funcionario sobre actividades específicas, de acuerdo a las atribuciones señaladas a cada quien y dentro de las normas y disposiciones vigentes sobre la materia.
- 2.- Llamar la atención o poner sobre aviso al personal en las diferentes materias originadas por las actividades normales.
- 3.- Servir de recordatorio de asuntos previamente tratados entre las partes interesadas.
- 4.- Cualquier información de la que se desee dejar constancia escrita.

3. Elementos esenciales

El mínimo de elementos que debe contener un documento, ya sea para registrar la parte administrativa, como lo referente a la prestación del servicio se menciona a continuación. Cabe mencionar que algunos elementos señalados, están descritos en acción **futura**, esto es a lo que se refiere **debe tener**, pero si el documento es un producto, deberá pasar la acción en **pasado**.

Índice o Sumario.

Contenido del documento a presentar expresado en términos de descripción -títulos- y número de la página (opcional).

Introducción. (Opcional)

Breve descripción sobre el contenido del documento. Debe indicar claramente el tema a tratar (objetivo), así como también, a quien está dirigido y en qué forma está estructurada. Puede hacer mención a

antecedentes, así como también, reseñar el aporte -valor agregado- o contribución, a que se llegará con la presentación de dicho documento.

Fuentes bibliográficas o Referencias. (Cuando amerite)

Contenido de todas aquellas citas bibliográficas las cuales sustentaron la elaboración del documento. Debe mencionar: autor, título, lugar, año.

4. Clasificación de documentos

Ahora veremos una clasificación de documentos, los cuales puedes ser los usados para su Organización.

Cabe señalar que además de los elementos indicados, deben contener los Elementos Esenciales, señalados anteriormente, es decir: Índice, Introducción, Fuentes bibliográficas o Referencias, Conclusión, Anexos.

Informe Técnico

Exposición de motivos.

Despliegue de eventos ejecutados o por realizar, que evidencien la elaboración de un proyecto que cumpla o puedan llegar a cumplir con objetivos propuestos.

Metodología.

Breve descripción del diseño y de la Técnicas de recolección de información, y de Análisis. Presentación de la Población y Muestra. Si es trabajo de campo señalar, entre otros: Estudio previo, Equipo de trabajo necesario (grabadoras, cámaras fotográficas, filmadoras, etc.), Elaboración del informe del trabajo de campo, Estimación del personal necesario y costos.

Cursos, Seminarios, Charlas, Otros.

Invitación.

Exposición de motivos.

Certificado (fotocopia al concluir).

Instructivos

Normas, uso y distribución.

Descripción de campos.

Manual de Organización

- Breve reseña histórica
- Visión
- Misión
- Organigrama estructural
- Descripción de funciones y responsabilidades
- Normas, Políticas, Objetivos

Manual de Calidad

- Mapa de proceso general.
- Respuestas a cada una de las exigencias de la norma base, a saber ISO: control de documentos, información de cada uno de los procesos, validación de los procesos de las operaciones de producción y de servicio, auditoría interna, acciones correctivas, acciones preventivas, instalación de equipos.

Manual de Usuario

- Navegación de la Aplicación: entrada a la aplicación, elementos para navegar, pantalla del sistema, barras, teclas y botones usadas en el sistema, visión general de la aplicación o sistema, salida.
- Descripción de los Módulos
- Errores.

Propuesta, Presentación de un Proyecto

- Justificación.
- Desarrollo o propuesta
- Cronograma de actividades.
- Anexos

En la bibliografía se registrarán las obras que tratan el tema, implícita o explícitamente, no es recomendable citar obras de cultura general, como enciclopedias, diccionarios, etc.

5. ¿Cómo registrar la documentación?

Una vez visto los documentos a utilizar, es necesario codificarlos y registrarlos para poder archivar y llevar el Control de los mismos.

Existen diferentes formas para registrar la documentación, vamos a enseñarle una la cual podría ser la adoptada por su Organización, o bien podría ser modificada a su conveniencia.

Siga los pasos descritos a continuación.

1.- Establezca una **codificación que se adapte a su Organización**. Puede elegir según la Estructura Organizativa de su Empresa, o bien de los servicios prestados.

Veamos un ejemplo, supongamos que su empresa tiene una estructura similar al Organigrama mostrado en la **fig.1**.



El código para la unidad podría ser el formado por tres dígitos, tres letras, o la combinación de letras, dígitos y caracteres especiales. Lo importante es que relacione a la unidad organizativa y que se tenga **cuidado en no repetir** el código.

Siguiendo el ejemplo, veamos la tabla resultante mostrada a continuación.

Unidad	Código
Presidencia	PRE
Cobranzas	COB
Compras	COM
Calidad	CAL
Soporte	STE
Desarrollo	DES
Recursos Humanos	RHH
Mercadeo	MER
Servicio 1	SE1
Servicio 2	SE2

Tabla 1: Área

2.- Forme una **codificación para los tipos de documentos**. Podría ser la mostrada en la Tabla 2.

Código	Descripción
CAR	Carta
CIR	Circular
COT	Cotización
FAX	Facsímile
FAC	Factura
FOR	Formulario
INS	Instructivo
MAN	Manual
MEM	Memorando
N/E	Nota de Entrega
NOT	Notificación
O/C	Orden de Compra
O/P	Orden de Pago
PPT	Presupuesto
PRO	Procedimiento
TAB	Tabla

Tabla 2: Tipos de documentos

3.- Relacione en una Tabla las dos codificaciones, es decir, escriba el código de la **Tabla1**, seguido el código de la **Tabla2**, seguido el correlativo, seguido una breve descripción. Puede agregar fecha de actualización y ubicación.

Veamos la tabla resultante.

Area	Documento	Correlativo	Descripción	Fecha
CAL	MAN	01	Manual de Organización	01/02/04
CAL	MAN	02	Manual de Oficina	02/03/04
RHH	FOR	01	Oferta de Empleo	03/02/04
RHH	FOR	02	Contrato de Servicio	04/02/04
SEI	O/P	01	O/P para Consultores	25/04/04

Tabla 3: Registro de documentos

De la **Tabla3** podemos decir: que la Organización tiene un **formulario** para selección de personal denominado: "Oferta de Empleo", el código resultante sería: **RHHFOR01** que se elaboró el 03/02/04.

Podemos decir también -siguiendo el ejemplo- que el código: SE10/P01 es la primera orden de pago de pago para el año 2004.

Puede que al principio el código sea nemotécnico, pero dependiendo de la estructura pudiera no ser el caso. No se preocupe si al principio el resultado del código es un poco complicado, de seguro al término de unos días ya se habrá acostumbrado.

Una última recomendación, el registro y actualización de la documentación debe ser llevada por una **unidad** o **persona** que tenga acceso tanto a las relaciones **internas** como **externas** de la Organización.

6. ¿Cómo registrar correspondencias?

Vamos a enseñarle una forma de registrar sus correspondencias, la cual podría ser la adoptada por su Organización, o bien podría ser modificada a su conveniencia. Solo recuerde que es necesario registrar las correspondencias para poder archivar y llevar el Control.

Siga los pasos descritos a continuación.

- 1.- Establezca una codificación que se adapte a su Organización.
- 2.- Forme una codificación para los tipos de documentos. (Ver pasos 1 y 2 del apartado: ¿Cómo registrar la documentación?)
- 3.- Escriba una codificación para relacionar el medio o envió de la correspondencia recibida o enviada. Puede ser la mostrada en la Tabla 4.

Cod-medio	Medio
CAR	Carta
EMA	E-Mail
FAX	Fascimil
MAG	Medio Magnético
PER	En Persona
PRE	Prensa
TLF	Teléfono

Tabla 4: Tipos de medios

4.- Escriba una codificación para relacionar el tipo de clientes internos y externos que tiene su Organización. Podría ser la mostrada en la Tabla 5.

Siglas	Cliente	Tipo
BBV	Banco Provincial	Banco
BCV	Banco Central de Venezuela	Banco
BDC	Banco del Caribe	Banco
BDV	Banco de Venezuela	Banco
BEX	Banco Exterior	Banco
BSR	Representaciones Budines	Cliente
CAD	Comisión de administración de Divisas	Gobierno
CAN	Compañía anónima nacional teléfonos de Venezuela	Cliente
COR	Tarjeta American Express	Banco

Tabla 5: Tipos de clientes

5.- Relacione en un formulario, el cual podría ser en Excel, los siguientes campos señalados a continuación:

Campo	Descripción
CAT	Escriba C = si la correspondencia (enviada/recibida) atañe a la categoría de Cliente P = Proveedores. B = Bancos e instituciones financieras. N = negocios, comercios (persona jurídica o natural). O = Organización G = entes gubernamentales (administración pública);
CLA:	Escriba la letra correspondiente a: E de enviada. R = recibida
DOC:	Escriba código de documento (Ver código Tabla 2)
MES:	Escriba el número correspondiente al mes, 01 = enero, 02 = Febrero y así.
CODIGO:	Escriba los 4 campos anteriores, seguido un correlativo (2 dígitos). Llevar el correlativo para cada tipo de documento y clase, es decir, tener un correlativo para Cartas, Fax, etc.
ENV:	Escriba la fecha enviada, formato: dd/mm/aa
REC:	Escriba la fecha recibida, formato: dd/mm/aa
MEDIO:	Escriba el código del medio (Tabla 4)
Para / De:	Escriba el código de la Tabla 5, sino está relacionado, escriba dirigida/enviada de la correspondencia enviada/recibida.
ASUNTO:	Escriba un breve asunto de la correspondencia o llamada enviada/recibida.

Veamos el formulario resultante.

CAT	CLA	DOC	MES	CODIGO	ENV	REC	MEDIO	Para / De	ASUNTO
C	R	CAR	03	CRCAR03-01		18/03/04	PER	CAN /M.Valderrama	Evaluación Registro de Proveedores
O	E	EMA	03	OEEMA03-01	03/03/04		EMA	CAN/Gcia. Apoyo a Compras. C.Vásquez	Consideración de evaluación
O	E	CAR	03	OECAR03-01	08/03/04		PER	Supervisión región Capital, Insp. Trabajo	Formación del comité H.S.I.
C	R	EMA	03	CREMA03-01		22/03/04	EMA	CAN/Gcia. Apoyo a Compras. María Carolina Vásquez	Evaluación registro de proveedores
C	R	COT	03	CRCOT03-01		31/03/04	FAX	/Sra. R.Hernández	Cotización de baterías GTX Motorola

Del formulario ejemplo, podemos decir del código: **CRCAR03-001**, que se **Recibió** una **CAR**ta de un Cliente, (**CAN=CANTV**), la Evaluación de Registro de Proveedores.

Por otro lado, podemos decir -siguiendo el ejemplo- que en ese mes solo recibió una **cotización** a través del **Fax**, registrado: **CRCOT03-001**, para un despacho de productos.

No se preocupe si al principio el resultado del código es un poco complicado, de seguro al término de días ya se habrá acostumbrado.

Sería recomendable que el correlativo sea llevado **por año**.

Recuerde que cada Organización tiene su manera de llevar sus documentos, cuando se trate de Circulares, Memos, Cartas, etc., el documento **respuesta**, debe hacer mención y estar relacionado al respectivo documento **emisor** ya sea **interno** o **externo**.

Tenga en cuenta, para los casos de entes gubernamentales, que a través de comunicados como Gacetas Oficiales, podrían indicarle a su Organización la manera cómo debe registrar y llevar sus Documentos, Correspondencias, etc.

Una última recomendación, el registro de Correspondencias debe ser llevada por una unidad o persona que tenga acceso tanto a las relaciones internas como externas de la Organización.

7. ¿Cómo registrar las actividades?

Continuemos con los gastos. Ahora vamos a mostrarle una forma de registrar las actividades involucradas con los servicios prestados en su Organización.

Siga los pasos señalados.

1.- Elija una Codificación para relacionar el tipo de tareas con los servicios prestados en su Organización.

Supongamos que su Organización tiene una estructura similar al Organigrama mostrado en la fig. 1 y queremos registrar la facturación a un proyecto del área: **Prestación de Servicios**.

Definamos los procesos involucrados y luego las tareas para ejecutar ese proceso. Como hemos estado haciendo, el código está representado, bien sea por tres dígitos, 3 letras, o la combinación de letras y números.

Los procesos, tareas y códigos, podrían ser los mostrados en la Tabla 7.

Proceso	Código	Tareas
Contacto con el cliente	C-01	Contacto con el cliente
Contacto con el cliente	C-02	Negociación y el análisis de la solicitud
Preparación de la Oferta	O-01	Desarrollo de documentación
Preparación de la Oferta	O-02	Revisión de la Oferta
Preparación de la Oferta	O-03	Archivo de Oferta
Instalación de servicios	I-01	Contratación de personal
Ejecución del servicio	S-01	Puesta en marcha
Ejecución del servicio	S-02	Contacto con el cliente
Garantía	G-01	Acciones preventivas
Garantía	G-02	Acciones correctivas
Servicio Postventa	P-01	Contratación de personal
Servicio Postventa	P-02	Adquisición stock de repuestos
Servicio Postventa	P-03	Sustitución, pronto reemplazo de unidades
Servicio Postventa	P-04	Soporte, actualización hardware/software

Tabla 7: Registro de Tares y servicios

2.- Elija una Codificación para relacionar el tipo de conceptos los cuales puedan ser descontados o dejados de facturar. Podrían ser los mostrados en la Tabla 8.

Código	Concepto
D-01	Agasajos internos/externos
D-02	Capacitación
D-03	Día feriado
D-04	Enfermedad-Reposo
D-05	Eventos de fuerza mayor
D-06	Maternidad-Reposo
D-07	Permiso personal
D-08	Sin actividad
D-09	Vacaciones

Tabla 8: Registro de descuentos

8. ¿Cómo registrar los proyectos?

En el apartado anterior dijimos que queríamos registrar la facturación a un proyecto del área: Prestación de Servicios. Veamos una manera de como hacerlo.

Siga los pasos señalados.

1.- Escriba una codificación para relacionar el tipo de clientes internos y externos que tiene su Organización. Puede ser la mostrada en la Tabla 5. (ver apartado: ¿Cómo registrar correspondencias?)

2.- Relacione en un formulario: "Registro de Proyectos", el cual podría ser en Excel, los siguientes campos señalados a continuación.

Campo	Descripción
Cliente:	Escriba código de Cliente usado en tabla 5.
Mes:	Escriba el número correspondiente al mes
Corr:	Escriba el número correlativo, según el mes y cliente (2 dígitos)
Proyecto:	Escriba los campos: Cliente, mes y correlativo
Actividad:	Escriba el código de actividad (tabla 7)
Facturación:	Escriba el código a facturar (tabla 6)
Carnet/Cedula:	Escriba personal involucrado al proyecto
Apellido/nombre	Escriba personal involucrado al proyecto
Sueldo/Hora:	Escriba el número de horas laboradas o días laborados por la persona. Ver formulario RTT, explicado en el próximo apartado.
Fecha:	Escriba la fecha correspondiente al registro de Horas/días, formato: dd/mm/aa

9. ¿Cómo registrar un documento índice?

En este apartado vamos a indicarle como relacionar todos los documentos manejados hasta ahora con Entes Externos.

Siga los pasos señalados.

1.- Escriba una codificación para relacionar el tipo de clientes internos y externos que tiene su Organización. Puede ser similar a la mostrada en la Tabla 5. (ver apartado: ¿Cómo registrar llamadas, correspondencias?)

2.- Elabore una Tabla Índice: **Entes Externo**, la cual indique para cada Ente Registrado, el tipo de documentación requerida para presentar un proyecto, solicitar un préstamo, realizar una Licitación, etc.

Tenga presente esta tabla al momento de una Solicitud, recuerde que usted siempre esta corto de tiempo.

10. ¿Cómo archivar la documentación?

En este apartado vamos a indicarle como archivar los documentos.

Siga los pasos señalados.

1.- Elabore una Tabla: **Archivo de Documentos**, que relacione la información de documentos elaborados en la Organización, presentados a Entes Externos y cualquier otra categoría que aplique.

Puede ser similar a la mostrada en la Tabla 9.

Area	Sistema	NP	Proceso	NS	Subproceso	Descripción
CAL	Calidad	01	Documentación	11	Correspondencias	Registro y control de correspondencia enviadas y recibidas
CAL	Calidad	01	Documentación	12	Documentos	Registro y control de la documentación.
CAL	Calidad	01	Documentación	13	Empresa	Registro de los documentos de la empresa
CAL	Calidad	01	Documentación	14	Formatos	Registro de los formularios, instructivos
CAL	Calidad	02	Comité Calidad	21	Seguimiento	Seguimiento a la ejecución del plan de Calidad.
CAL	Calidad	03	Producto	31	Auditorias	Auditorias llevados a cabo en la empresa.
CAL	Calidad	03	Producto	32	Prestación	Prestación del servicio.
RHH	Recursos Humanos	01	Personal	11	Ingresos	Reclutamiento y selección, contratación, ingreso e inducción al puesto de trabajo.
RHH	Recursos Humanos	01	Personal	12	Variaciones	Se refiere al tipo de movimiento que genera una nómina
RHH	Recursos Humanos	02	Relaciones Industriales	21	Actualizaciones	Modificaciones y/o eliminaciones de datos referentes a los Entes Gubernamentales y Organismos Privados.
RHH	Recursos Humanos	02	Relaciones Industriales	22	Adiestramiento	Planes de capacitación y adiestramiento llevados por la empresa interno y/o externo.
RHH	Recursos Humanos	02	Relaciones Industriales	23	Beneficios	Planes sobre beneficios y seguridad al trabajador.
RHH	Recursos Humanos	02	Relaciones Industriales	24	Salidas	Oficios, Cheques, Listados Nómina, Cartas, Reportes a LPH, I.V.S.S, I.S.L.R.
SEG	Seguridad Industrial	01	Comité HSI			Seguimiento al plan de Higiene y Seguridad industrial.
SEG	Seguridad Industrial	02	Aseo e Higiene			Registro, abastecimiento y reposición de materiales de limpieza
SEG	Seguridad Industrial	03	Accidentes Laborales			Registro de accidentes y siniestros del personal; registro, abastecimiento y reposición de Cruz Roja
SEG	Seguridad Industrial	04	Prevención			Registro, abastecimiento y reposición de equipos y/o herramientas de protección personal

Tabla 9: Archivo de documentos

2.- Cree una Carpeta para cada Área.

3.- Dependiendo de la información que tenga, elabore los lomos e índices siguiendo el registro de la Tabla 9.

4.- Puede usar la misma codificación tanto para los archivos físicos como electrónicos.

11. Archivo físico y electrónico

Archivo Físico.

Carpeta.

Código: **CAL0111-2004-O**. Este código le indica que usted tiene una Carpeta que contiene documentos originales de las Correspondencias del año 2004, usted los archivó en la categoría de Calidad. (Ver tabla 9 del apartado: ¿Como archivar la documentación?)

Si ocurriera el caso de que debe archivar documentos copias, agregue la letra C, es decir: **CAL0111-2004-C**.

Esta carpeta debe contener, además, un índice de registro de documentos: código o nombre y fecha; asimismo, debe registrar la copia controlada del documento, si este fuera el caso.

Estante:

Debe indicar en un estante, archivo, o sitio destinado para el archivo de documentos, una etiqueta igual a la carpeta, es decir: **CAL0111-2004-O**.

Archivo electrónico. (Ejemplo)

C:\Calidad\Documentación\Correspondencias\del
(nombre documento).Ext.

12. Manual para oficina

Una Organización es dinámica, por lo que siempre debe registrar cualquier tipo de información inherente al manejo de Oficina que pueda serle útil.

Utilidad de este Manual.

Recuerde que la documentación es necesaria en toda Organización y la actualización de la misma es fundamental.

La responsabilidad de conducir la Oficina siempre se estila que sea llevada por una Secretaria, pero cuando no esté presente, cualquier personal de la Organización, puede registrar y archivar correspondencias, documentos, atender y registrar llamadas, atender a un Cliente o Proveedor, etc.; aun así, recuerde que luego debe comunicar a la Secretaria o persona responsable.

La información contenida en este Manual puede serle de utilidad al momento de elaborar un Manual de Normas y Procedimientos, o servirle de referencia para un Manual de Calidad, de Organización, o de Seguridad Industrial.

Índice y contenido.

A continuación le sugerimos el índice para el desarrollo de este Manual:

Capítulo I: Manejo de la oficina.

- 1.- Registro de documentos.
- 2.- Registro de correspondencias.
- 3.- Registro de proyectos.
- 4.- Archivo de documentación.

Capítulo II: Normas y Procedimientos.

A continuación, algunas sugerencias para Normas y Procedimientos.

- Normas y políticas de la Organización respecto al uso de Uniformes, carnet.
- Uso de teléfonos, impresora.

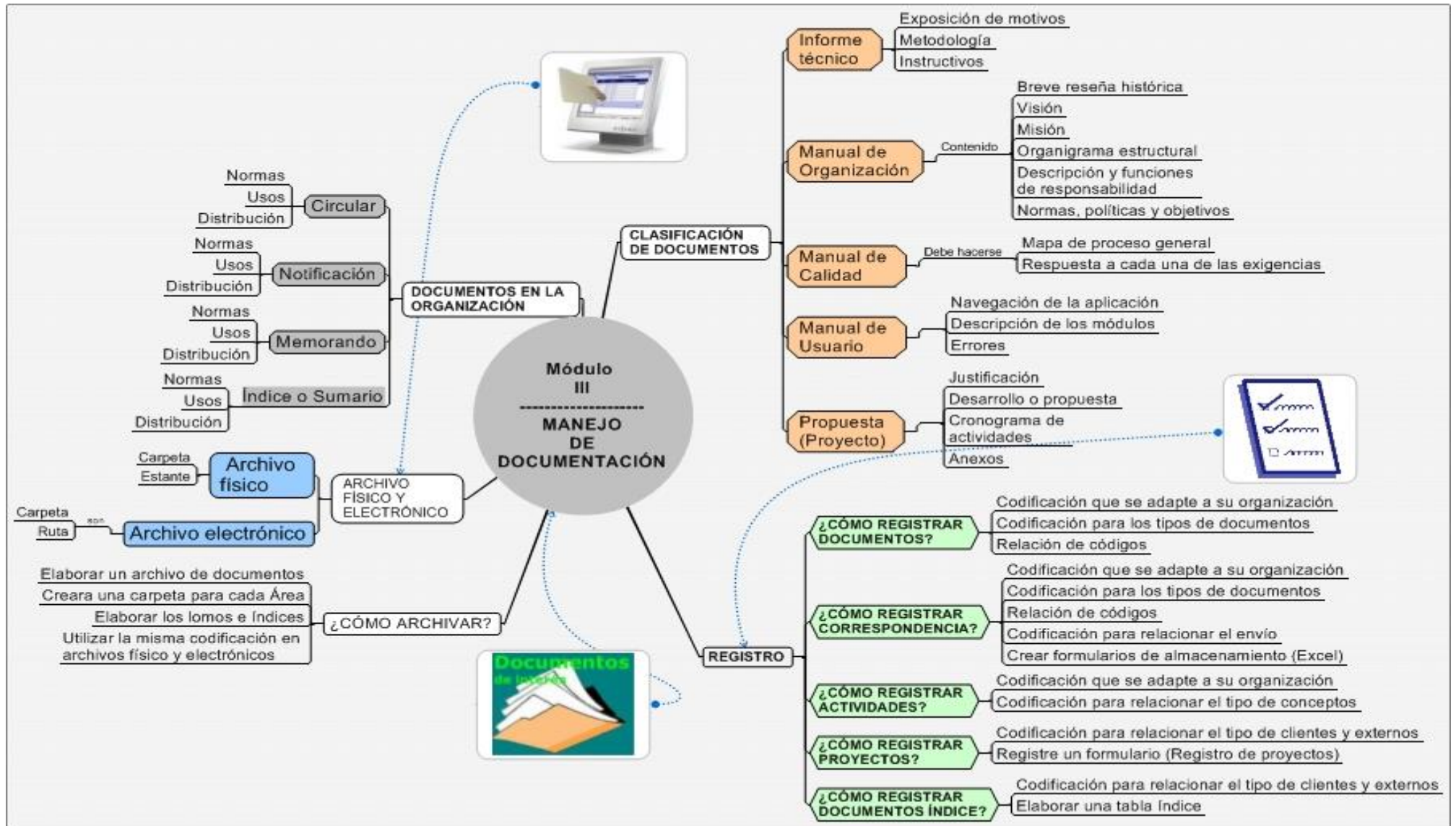
- Cualquier norma o procedimiento respecto a la recepción de Clientes, Visitantes, Proveedores.
- Uso del papel reciclable.
- Cruz Roja.
- Plan de Evacuación.
- Uso de la Cartelera como medio de comunicación.

El **encabezado** del Manual puede ser similar al mostrado a continuación:

LOGO EMPRESA		MANUAL (MANEJO)DE LA OFICINA EN (nombre de la organización)	
Sistema: Calidad	Cod-Documents: (Código de documento)		Documento: NC
Proceso: Documentación.	Versión: Fecha-I	Copia: CC	Numero: (numero)
Asunto o Capítulo			

El ejemplo del Encabezado mostrado, le dice que es un Documento no confidencial (NC), la letra **I**, luego de la Fecha, le indica que es una versión inicial; cuando sea actualizado, coloque la letra **A** luego de la fecha. Si coloca **CC** en el campo **copia**, debe indicar el número en el campo **Número**, de lo contrario coloque **NC**.

Este método empleado podría ser la adoptada por su Organización para la elaboración de sus documentos, o bien podría ser modificado a su conveniencia.



MODULO 4

ACTITUD Y CAMBIO

DURACIÓN: 30 Horas

OBJETIVO GENERAL

Analizar los cambios que se presentan en su ambiente de trabajo identificando los elementos que favorecen y limitan el cambio, para fomentar una actitud positiva.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diferenciar los de actitudes de una persona.
- Motivar a generar nuevas ideas para el cambio.
- Mejorar la actitud proactiva de la secretarias
- Determinar los agentes que provocan la resistencia al cambio

COMPETENCIAS

- Conoce la necesidad de cambiar de actitud.
- Genera ideas que coadyuven el cambio de actitud.
- Anticipa los problemas y analiza sus posibles soluciones.
- Combate los agentes que producen la resistencia al cambio.

METODOLOGÍA:

La metodología que se propone es la siguiente:

- Expositiva (Transmisión – recepción)

- Deductiva (De lo general a lo particular)
- Inductiva

LOGROS ESPERADOS:

- Cambio de actitud en las secretarias
- Receptivo a nuevas ideas
- Anticipación a los problemas y brindar posibles soluciones
- Predisposición al cambio

CONTENIDO

1. Actitud frente al cambio
2. Estar abierto y receptivo a nuevas ideas
3. Crear el cambio en vez de reaccionar a él.
4. La actitud proactiva
5. Resistencia al cambio

1. Actitud frente al cambio

Introducción

Una de las ideas más debatidas respecto al cambio por el personal de una empresa es ¿Cómo ver el cambio de manera positiva y proactiva? Hemos visto las continuas, rápidas y profundas modificaciones en el entorno empresarial. En las organizaciones los cambios afectan de manera muy evidente tanto los métodos de trabajo como el status profesional de los trabajadores. El personal se ve obligado a adaptarse, a adecuar sus habilidades y experiencias a los nuevos requerimientos.

El ajuste de los individuos ante una situación nueva puede adoptar reacciones bien neutrales, negativas o positivas.

Los que no desean el cambio por estar conformes con el statu quo. El temor (¿Qué pasa si pierdo mi empleo, si no logro adaptarme?), la falta de interés personal (¿De que me sirve a mí?), la inercia (Es demasiado esfuerzo, demasiado incómodo) son fuertes impulsores que tratan de conservar el statu quo.

Los que no imaginan en qué los beneficiará, por lo tanto aprueban el cambio pero sólo intelectualmente. Por lo general están compuestos por personas pesimistas, sabotadores, antagonistas (Nunca dará buen resultado, no se puede hacer, sí...pero), en fin personas que asientan con la cabeza pero sus acciones se oponen.

- Los que reaccionan ante el cambio y la transición trabajando esmeradamente, pero con maneras antiguas y a menudo atávicas de solucionar los problemas. Su mecanismo primario de afrontamiento implica aferrarse con tenacidad a patrones de aprendizaje limitados que funcionaron bien en el pasado.

No cabe duda que estos comportamientos están motivados por la actitud y la capacidad para afrontar y absorber los cambios. La respuesta a los problemas que se acumulan ya no pasa únicamente por dilucidar lo más conveniente para el sistema, además que tiene en cuenta el complejo sistema de pensamientos, sentimientos y deseos que componen al ser humano. Y esto último depende en gran medida de la capacidad y la actitud para llevar a cabo los cambios necesarios, con un mínimo de efectos adversos, con certera rapidez y con eficacia eficiente.

2. Estar abierto y receptivo a nuevas ideas.

Dado el acelerado desarrollo y evolución de la tecnología así como los

valores agregados y herramientas disponibles, la capacidad y optimización se vuelven indispensables. Para ello se debe estar receptivo a nuevas ideas, no solo cuenta el mero hecho de conocer o esperar que la competencia llegue para que nosotros incursionemos.

Sentirse estimulado en vez de inquieto.

Esto significa ver la transición como un reto, no como una amenaza. Aquí entran a jugar variables fuertemente subjetivas, para ello es necesario:

- Tener una misión y una visión clara, creíble y motivadora.
- Contar con un equipo de liderazgo cohesivo capaz de confrontar los problemas e identificar los ajustes necesarios.

El cambio significa más esfuerzo, significa salirse de la zona cómoda y vencer la inercia que se impone con los modos arraigados de pensar y de hacer. Aquí es importante resaltar dos cuestiones: la función del líder y la disposición de todos los recursos que tomaran parte.

El papel de liderazgo juega un rol fundamental en la conducción y consolidación del grupo.

Comprometerse con el cambio como proceso continuo de mejora

Es necesario reactualizar constantemente los paradigmas. Revisar y criticar éstos de manera permanente se hace una necesidad y una obligación. La mejora continua implica alistar a todos los miembros de la empresa en una estrategia destinada a mejorar de manera sistemática todos los niveles de una organización partiendo desde la productividad hasta los índices de satisfacción de los clientes y consumidores.

Prever e intuir el cambio

El caso del sapo hervido está basado en un experimento de laboratorio. Se dice que las empresas son como el sapo del experimento. Es probable que no estén conscientes de los cambios que evolucionan de manera muy lenta.

Cuestionar el statu quo

En esos tiempos, los integrantes de la empresa enfrentan problemas malos, para los que no hay soluciones. Frente al peligro inminente, deben aprender a su manera, mediante la creación continua de nuevas soluciones posibles y sistemas innovadores para organizar, sistemas que estén alineados con las necesidades externas actuales, no con las de ayer. Si el nuevo arreglo funciona, la empresa por lo general experimenta un periodo de gran éxito. El mundo exterior comienza a entregar recursos a la empresa dado que ésta satisface en forma creativa las necesidades que del ambiente empresarial actual.

Se reconoce con amplitud que para seguir siendo competitivas en el ambiente global actual, las empresas deben hacer continuamente cambios a fondo. Lo que no se reconoce con tanta amplitud es que los integrantes de la empresa también deben hacer un cambio a fondo. El cambio personal profundo se exige con más frecuencia en la actualidad que en el pasado.

3. Crear el cambio en vez de reaccionar a él.

Hay que darle al personal una razón para hacer las cosas diferentes. Si se les pide que cambien, hay que mostrarles que hay una razón

importante y oportuna para hacerlo. Explicar por que el cambio es importante; implica proyectar las circunstancias actuales hacia el futuro y ver las consecuencias de no cambiar.

Visión de cambio

Generar una visión es un proceso muy difícil y tortuoso porque requiere algo más que un análisis específico. Implica confrontar la falta de integridad que existe en el sistema. Pocas personas están equipadas para un ejercicio así. Es por esto que la mayor parte de las declaraciones de visión están vacías y por qué la mayoría de las personas sienten que no hay visión en su empresa. Cuando las personas expresan el anhelo de una visión útil, esto irrita a los líderes de la compañía, quienes se sienten inadecuados respecto a su incapacidad para proporcionar esta visión.

Conclusiones

Las consecuencias por no saber adaptarse al cambio son innumerables. La competencia es más recia con los años y llega desde todas partes, el cliente es más conocedor y exigente, los cambios tecnológicos son incesantes, todo ello obligan a una puesta al día casi inmediata tanto de las organizaciones como del personal que en ella trabaja. Adoptar y fomentar una actitud proactiva en la empresa permite la planificación de las estrategias oportunas para el cambio de manera que puedan evitar o minimizar el costo de su aplicación. La repetición de decisiones que en el pasado fueron acertadas no es suficiente para afrontar el futuro, nada más peligroso ante un escenario de cambio radical en las reglas del mundo empresarial.

4. La actitud proactiva

La eficaz relación con los clientes se sustenta en una palabra clave: PROACTIVIDAD.

Es al personal al que le corresponde tomar la iniciativa en esa relación. Cuando el personal se limita únicamente a reaccionar (actitud “reactiva”), la relación se empobrece y los clientes siempre se quedan con la sensación de que les “falta algo”.

Las actitudes REACTIVAS no transmiten a los clientes la sensación que en el comercio realmente se interesan por ellos.

¿Cómo desarrollar y mantener una actitud proactiva? Siga las siguientes indicaciones:

- Cuando el cliente entre en la tienda, salúdele (con una amplia sonrisa) antes de que él le salude a usted.
- Recuerde el nombre del cliente y utilícelo de forma natural cuantas veces pueda mientras habla con él.
- Si usted conoce o se entera de algo que cree que podría ser de interés para el cliente, comuníquesele (no se limite a los productos de la empresa); cualquier “noticia” es útil para estos fines.

Para mantener una actitud proactiva, asumir la iniciativa en la relación es fundamental: por ejemplo, si usted le ha prometido a un cliente solucionar un problema que no ha podido resolver en el acto, cuando todo esté listo no espere que el cliente vuelva o le llame; llámele usted para darle la buena noticia.

Trate a todos los clientes con justicia e igualdad al margen de las

diferencias sociales, económicas o de raza (no relegue ningún cliente a un segundo plano).

Procure en todo momento dar un toque personal a la relación con el cliente; personalice el contacto.

Sea cortés con los clientes en lugar de tratar de dominarlos; nunca pretenda superar a los clientes con los conocimientos que usted tiene sobre los productos: ¡es lógico que usted debe saber más que los clientes! (aunque, lamentablemente, no siempre es así).

Cuando el cliente le exponga algo, tómese tres o cuatro segundos antes de contestar con el fin de interiorizar realmente lo que le ha dicho y, de esa forma, poder organizar la respuesta adecuada a ese cliente.

Recuerde siempre que aunque se trate de una pregunta que le han hecho ininidad de veces, para el cliente esa es la primera vez que la plantea; para él es sumamente importante y usted debe dar la misma atención como si fuese la primera vez que la escucha (si usted hace bien su trabajo, para el cliente será la última vez que haga esa pregunta).

Deje hablar al cliente, siempre y cuanto quiera.

Escuche de forma activa: demuestre su sincero interés en lo que el cliente está diciendo (los clientes detectan de inmediato a quienes les escuchan con indiferencia).

En resumen:

No trate a los clientes como una molestia, sino más bien como si fueran ellos quienes han de firmar el cheque de su nómina cada mes (lo

que, indirectamente, es así).

Tres recomendaciones-recordatorios finales:

- Cuando un cliente está ante usted, en ese momento, ¡esa es la persona más importante del mundo!
- En la relación con el cliente, tome siempre la iniciativa.
- Una de las clave de la actitud proactiva radica en personalizar la relación: cada cliente es un mundo aparte. El cliente debe quedar con la sensación de que todo lo que usted hace es exclusivamente para él.

5. Resistencia al cambio

La capacidad y voluntad de cambio del personal es en esencia el factor clave que limita la capacidad de una organización. El secreto del éxito en cualquier estrategia, sistema o proceso nuevo es el apoyo mayoritario de sus empleados quienes han de decidir la suerte del mismo; en caso contrario solo pasará a ser un interesante modelo.

Usted podrá incorporar a la organización lo más avanzado en tecnología, podrá diseñar una nueva línea de producción, o incluso reestructurar completamente su empresa, si usted hace caso omiso de su principal impulsor (el trabajador) todo el esfuerzo realizado hasta ese momento será en vano. Usted habrá construido un barco sin timonel.

El cambio se concentra fundamentalmente en los procesos laborales, las nuevas tecnologías y los servicios y no en las personas que deben aplicar el cambio. Capacitar a directivos, profesionales y trabajadores para que modifiquen patrones arraigados de conducta es una tarea encomiable, que la mayoría de las organizaciones “disfrazan” o evitan. La

capacidad y voluntad de cambio del personal es en esencia el factor clave que limita la capacidad de una organización. El secreto del éxito en cualquier estrategia, sistema o proceso nuevo es el apoyo mayoritario de sus empleados quienes han de decidir la suerte del mismo; en caso contrario solo pasará a ser un interesante modelo.

Tomemos como ejemplo la sustitución tecnológica. Un sistema de computador nuevo difunde confusión, dudas e incluso tensión. Las respuestas no solo deben buscarse en si el hardware funciona correctamente o si el software o la tecnología empleada es novedosa, etc. Es necesario entender que el sistema no funcionará adecuadamente si las personas que van a usarlo no cooperan durante su implementación, incluso va mas allá de la simple cooperación. Lo que se busca es con el nuevo sistema el trabajador se encuentre motivado, abierto y dispuesto al cambio; en búsqueda de una satisfacción plena que conlleve a elevar los niveles de productividad y beneficios.

La resistencia frente al cambio es un fenómeno natural y una de las características centrales en procesos de cambio. Las modificaciones generalmente generan resistencia ya que están acompañadas de inseguridad, pérdida de control y causan temor. No se trata de evitar la resistencia o ir en contra de ella. Al contrario, lo importante es percibir y entender los síntomas de resistencia para poder ir con ella en vez de contra ella. La resistencia es una importante señal y puede tener las siguientes razones:

Información falsa o incompleta sobre el propósito del cambio.

- Falta de participación en el cambio
- Pasividad o desinterés

- Transferencia de experiencias negativas previas a la situación actual
- Temor de salir perjudicado

Es muy importante por ello estar convencido de por qué hace falta el cambio: si no está seguro de la solidez en la construcción del barco, le costará trabajo conseguir tripulantes que lo acompañen en la travesía. Para que los procesos de cambio tengan éxito, deben ser proyectos con principio y fin, que tengan productos identificables, que exista un grupo de implantación e implementación, apoyado en consultores gerenciales con experiencias en procesos de cambio y, lo más importante, deben tener un líder.

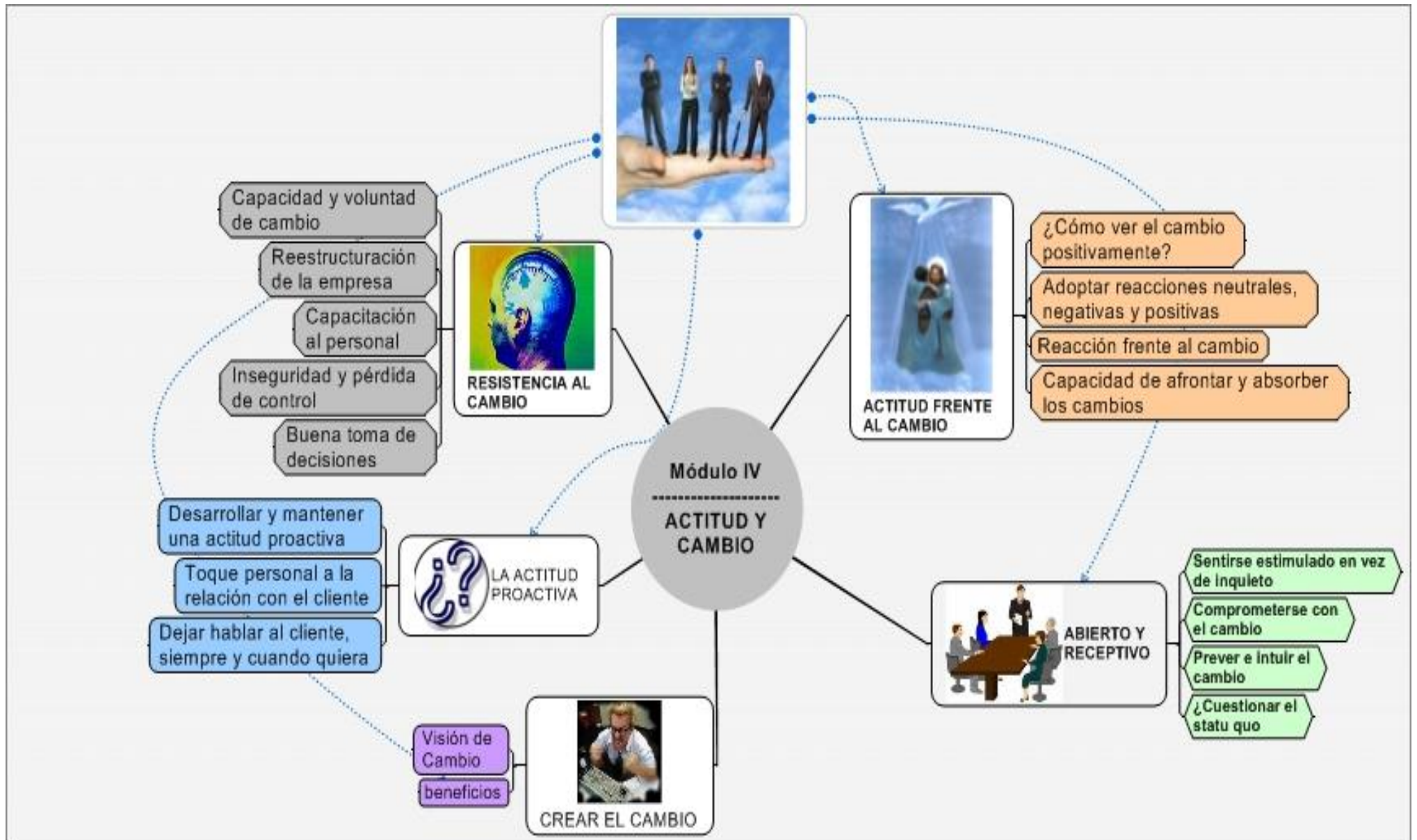
Si aplicamos un nuevo sistema no lo haremos con los ojos vendados, debemos contar al menos con una estrategia y un diseño adecuado a la organización; porque sólo por las buenas intenciones no cambian las organizaciones. Para ello el montaje de un laboratorio experimental es una necesidad.

Por otro lado cuando el cambio es producto de decisiones tomadas en niveles superiores, por lo general de forma centralizada y dirigida, no se apuesta de entrada por el protagonismo del empleado. Precisemos que hay límites a lo que se puede lograr mediante el liderazgo impuesto. La experiencia ha demostrado que existirá menos oposición en la ejecución de un diseño si se invita cuanto antes a sus trabajadores a participar (desde la concepción del programa) en la planeación del mismo.

Se debe realizar una labor de convencimiento antes de introducir un nuevo proceso o sistema. Cuando se empieza por crear un medio dispuesto al cambio, la resistencia se reduce a un mínimo y los empleados quedan más receptivos a la innovación y más dispuestos a

correr riesgos. Aquí entra a jugar un papel importante el liderazgo como pieza clave para vencer la resistencia: una persona capaz de influir de manera significativa en la conducta, las creencias y en el modo de trabajo de otras personas.

Dicho lo anterior, usted estará en mejores condiciones de afrontar el peligro a la resistencia y tendrá un excelente barco dispuesto a responder los retos y las oportunidades que se le avecinan.



MODULO 5

COMPUTACIÓN

DURACIÓN: 50 Horas

OBJETIVO GENERAL

Conocer la nueva plataforma de interfaz que presenta Microsoft office 2007 en relación a las anteriores versiones.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la nueva interfaz que presenta Microsoft Office 2007.
- Identificar las nuevas utilidades de Word 2007.
- Conocer las herramientas nuevas de Microsoft Excel 2007.
- Determinar el nuevo ámbito de trabajo de Power Point 2007.

COMPETENCIAS

- Conoce la nueva interfaz que presentan Word 2007.
- Identifica las nuevas herramientas de Excel 2007
- Identifica nuevas utilidades de presentación y efectos en Power Point 2007.

METODOLOGÍA:

La metodología que se propone es la siguiente:

- Experimental.
- Expositiva (Transmisión – recepción)

- Deductiva (De lo general a lo particular)
- Inductiva

LOGROS ESPERADOS:

- Dominio de la nueva interfaz de Word 2007
- Aplicación de nuevos formatos en Excel 2007
- Presentación de diapositivas con nuevas formas y efectos de transición.

CONTENIDO

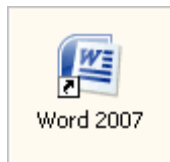
- 1. Microsoft Word 2007**
- 2. Microsoft Excel 2007**
- 3. Microsoft Power Point 2007**

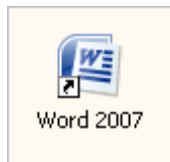
1. WORD 2007

Distintas formas de arrancar Word2007


Hay varias formas de arrancar Word.

Desde el botón Inicio , situado, normalmente, en la esquina inferior izquierda de la pantalla.



Desde el icono de Word  que puede estar situado en el escritorio, en la barra de tareas, en la barra de Office o en el menú Inicio. Arranque automático al iniciar Windows.

Desde un documento Word situado en el escritorio o en la lista del Explorador de Windows.

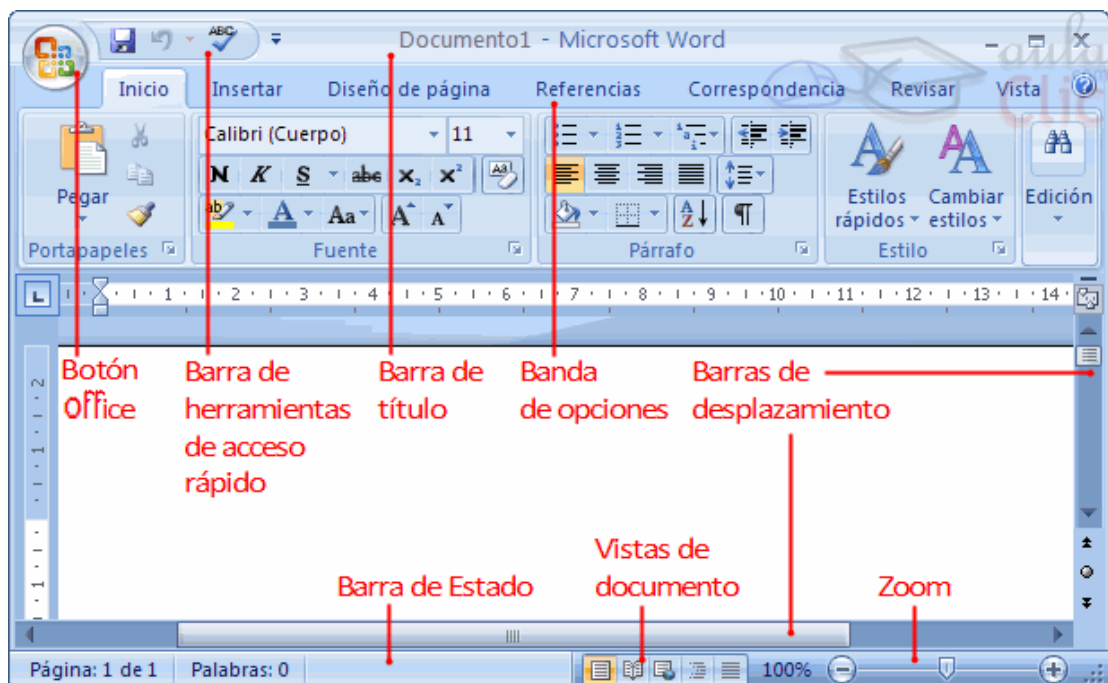
Para cerrar Word hacer clic en el botón cerrar  o mediante la combinación de teclas ALT+F4.

Elementos de la pantalla inicial

Al arrancar Word aparece una pantalla como esta, para que conozcas los nombres de los diferentes elementos los hemos señalado con líneas y texto en color rojo.

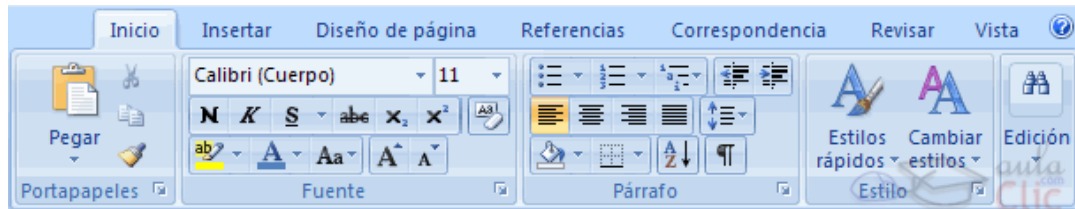
Así podrás saber, en el resto del curso, a qué nos referimos cuando hablemos de la Barra de estado o de la Banda de opciones.

La pantalla que se muestra a continuación (y en general todas las de este curso) puede no coincidir exactamente con la que ves en tu ordenador, ya que cada usuario puede decidir qué elementos quiere que se vean en cada momento, como veremos más adelante.

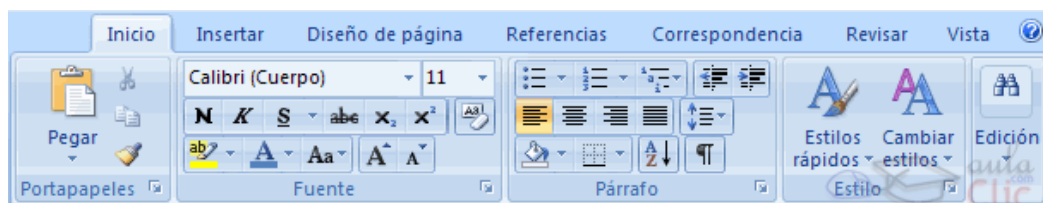
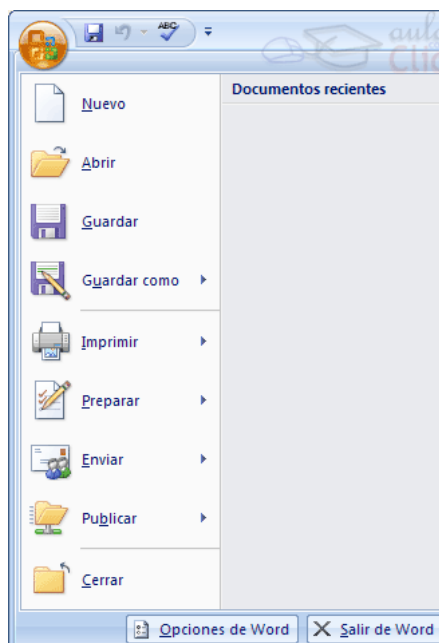


La banda de opciones. Desde las pestañas de esta barra se pueden ejecutar todos los comandos de Word2007. En Word2007 la banda de

opciones tiene un comportamiento "inteligente", que consiste, básicamente, en mostrar sólo los comandos más importantes y los que el usuario va utilizando.

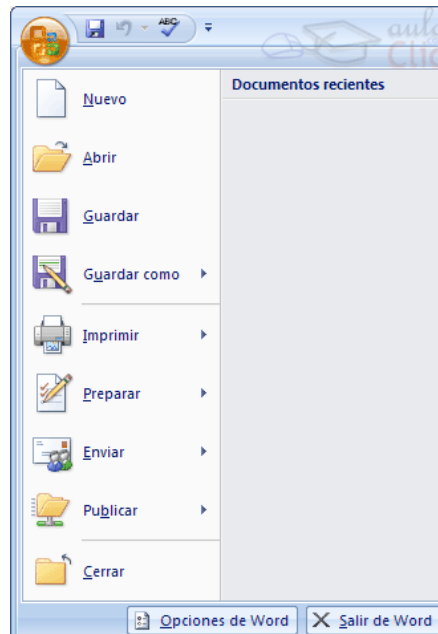


La pestaña Inicio contiene las operaciones más comunes sobre copiar, cortar y pegar, además de las operaciones de Fuente, Párrafo, Estilo y Edición.



En Word2007 la pestaña Inicio se encuentra dividida en 5 secciones que contienen las operaciones correspondientes al Portapapeles, Fuente (tamaño de letra, tipo de letra, etc.), Párrafo (alineación de texto, separación entre líneas, sangría, etc.), Estilo y Edición (buscar texto,

reemplazar, etc.), no como en anteriores versiones de Word donde cada parte de las recién nombradas, ocupaban una barra de herramientas aparte.



Cada una de las secciones, se ha creado con botones de acceso rápido a la tarea que se desea realizar. Una forma más fácil e intuitiva de utilizar las herramientas. Ya no existe el menú que al hacer clic, abre una lista de herramientas u opciones. Ahora todo está diseñado con iconos de acceso rápido.

La barra de herramientas de acceso rápido contiene iconos para ejecutar de forma inmediata algunos de los comandos más habituales, como Guardar, Deshacer.

En la imagen ves la barra de herramientas de acceso rápido y el Botón Office, lo que antes era el menú Archivo, que en esta nueva versión de Word, aparece como un botón redondo de color naranja con el logo de office.

Personalizar. Podemos decidir qué iconos deben aparecer y cuales no

en la barra de acceso rápido, es lo que se suele llamar "personalizar". A lo largo de este curso verás imágenes con iconos que no están en la barra por defecto, para saber cómo agregar y quitar iconos es importante que veas este tema avanzado donde te lo explicamos.

Tablas

Las tablas permiten organizar la información en filas y columnas, de forma que se pueden realizar operaciones y tratamientos sobre las filas y columnas. Por ejemplo, obtener el valor medio de los datos de una columna o para ordenar una lista de nombres.

Otra utilidad de las tablas es su uso para mejorar el diseño de los documentos ya que facilitan la distribución de los textos y gráficos contenidos en sus casillas. Esta característica se emplea sobre todo en la construcción de páginas Web para Internet.

Vemos, pues, que esta forma de organizar los datos es mucho más potente que utilizando las tabulaciones u otros métodos.

Una tabla está formada por celdas o casillas, agrupadas por filas y columnas, en cada casilla se puede insertar texto, números o gráficos.

Creación de tablas

Se puede crear una tabla de tres formas equivalentes, todas están en la pestaña Insertar, seleccionar dentro de una cuadrícula las filas o columnas, definirla usando números para especificar cuantas filas y columnas se necesitan o dibujándola con el ratón, según el tipo de tabla será más útil un método u otro, vamos a ver los tres.

Para insertar una tabla debemos hacer clic en la pestaña Insertar y seleccionar el botón Tabla, allí se muestra una ventana con las tres opciones.

1. Una de las formas es utilizar el un cuadrículado que simula una tabla, cada cuadrado sería una celda de la misma.
2. La segunda opción es haciendo clic en Insertar Tabla, este vínculo abre una ventana que permite determinar la cantidad de filas y columnas para la tabla.
3. La tercer opción es usar el vínculo Dibujar Tabla, aquí se dimensiona la tabla dibujándola con el mouse



Código	Nombre	Precio
1	Ordenador de escritorio	899 euros
2	mouse	5 euros

Imágenes y gráficos

Imágenes vectoriales o prediseñadas. Imágenes prediseñadas procedentes de las librerías que Word tiene organizadas por temas. Estas imágenes están construidas utilizando vectores, lo que permite hacerlas más grandes o pequeñas sin pérdida de resolución. También se pueden desagrupar en los elementos que las forman, introducir cambios y volverlas a agrupar. En realidad, podríamos considerar estas imágenes como un conjunto de objetos gráficos. Los gráficos creados con las herramientas de Word para dibujar también son imágenes vectoriales.

Imágenes no vectoriales o de mapa de bits. Imágenes fotográficas procedentes de cámaras digitales, de Internet, de programas como Photoshop, Fireworks, PaintShopPro, etc. Suelen ser de tipo JPG o GIF. Sobre estas imágenes se pueden realizar algunas operaciones como cambiar el tamaño, el brillo,..., pero no se pueden desagrupar en los elementos que las forman. Están formadas por puntos o pixels que tienen cada uno un color y una posición pero no están relacionados unos con otros. Estas imágenes admiten cambios de tamaños, pero en ocasiones, si las reducimos y posteriormente intentamos ampliarlas de nuevo pueden perder resolución. Cuando hablemos de imágenes, en general, nos estaremos refiriendo a este tipo de imágenes no vectoriales.

GRÁFICOS.

- Dibujos creados con Word. Mediante autoformas, líneas, rectángulos, elipses, etc.
- WordArt. Rótulos disponibles de una galería que se pueden personalizar con diversas opciones.
- SmartArt. Representación de datos en forma de organigramas.
- Gráficos. Representación de datos en forma gráfica.

Sobre las imágenes y los gráficos pueden realizarse multitud de operaciones, como mover, copiar, cambiar el tamaño, variar la intensidad, etc. Para ello disponemos de varias pestañas que vamos a ir viendo a continuación, fundamentalmente la pestaña Formato para las imágenes y las pestañas Diseño y Presentación para los gráficos.

Con todos estos elementos no hay excusa para no diseñar documentos Word con una componente gráfica atractiva.



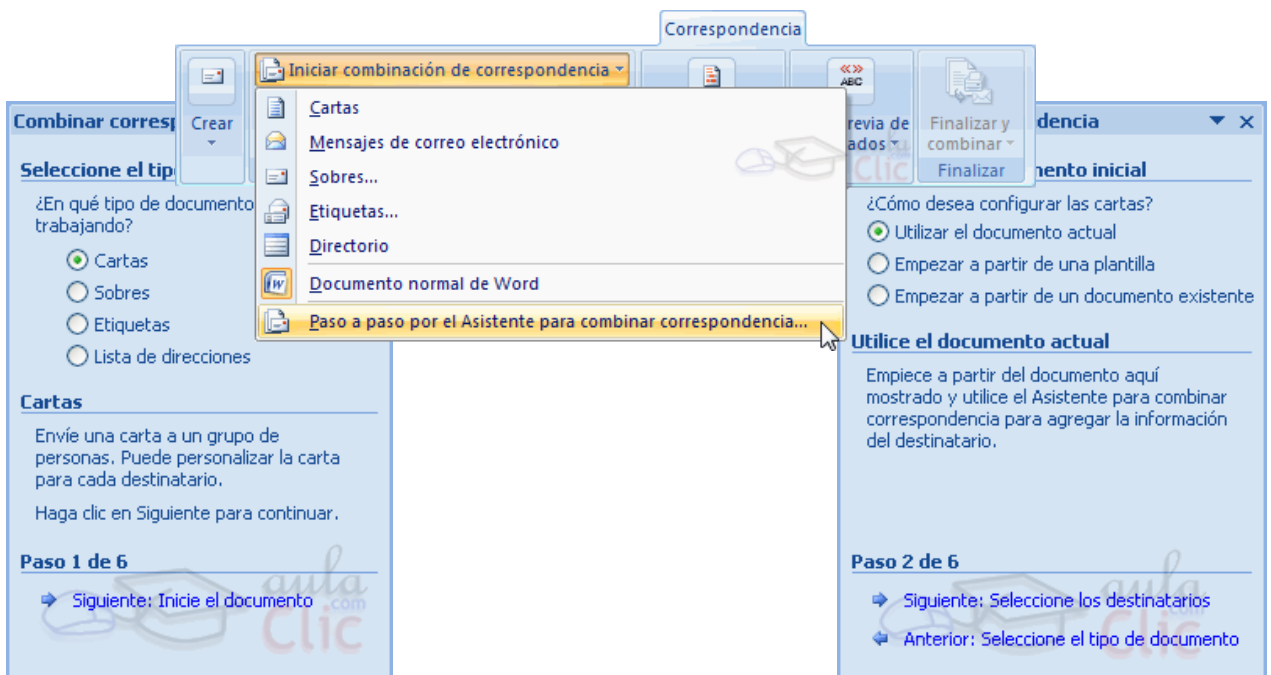
Combinar correspondencia

Mediante la opción Combinar correspondencia Word2007 nos permite incluir en un documento, datos almacenados en otro sitio.

De esta forma podremos obtener copias de un mismo documento pero con los datos de personas distintas.

Por ejemplo, podemos escribir cartas personalizadas, en las que sólo escribimos el texto fijo (el texto que se repite en todas las cartas) y Word se encarga de generar los datos variables (los que cambian en cada carta según la persona). De esta forma podemos generar automáticamente tantas cartas distintas como personas existan en el lugar donde están almacenados los datos.

Seleccionar de la pestaña Correspondencia el menú Iniciar combinación de correspondencia, allí haz clic en la opción Paso a paso por el Asistente para combinar correspondencia.



Se abrirá la sección Combinar correspondencia con el primer paso del asistente. Este asistente es muy sencillo, nos va preguntando y nosotros le contestamos haciendo clic en la opción deseada.

En primer lugar tenemos que elegir el tipo de documento que queremos generar (cartas, mensajes de correo electrónico, sobres, etc..)

Seleccionar Cartas y hacer en Siguiente, aparece el segundo paso del

asistente.

En el paso 2 definimos el documento inicial, es el documento que contiene la parte fija a partir de la cual crearemos el documento combinado. Debajo de las tres opciones tenemos una explicación de la opción seleccionada en este momento.

Dejar seleccionada la primera opción y hacer clic en Siguiente para continuar con el asistente.

En el paso 3 seleccionamos el origen de datos, como ya hemos dicho podemos utilizar una lista existente (una tabla de Access, una hoja de Excel, una tabla en otro archivo Word, etc...), podemos utilizar contactos nuestros de Outlook, o simplemente escribir una lista nueva.

Si seleccionamos la opción Utilizar una lista existente aparece la opción Examinar..., hacer clic en ella para buscar el archivo que contiene el origen de datos.

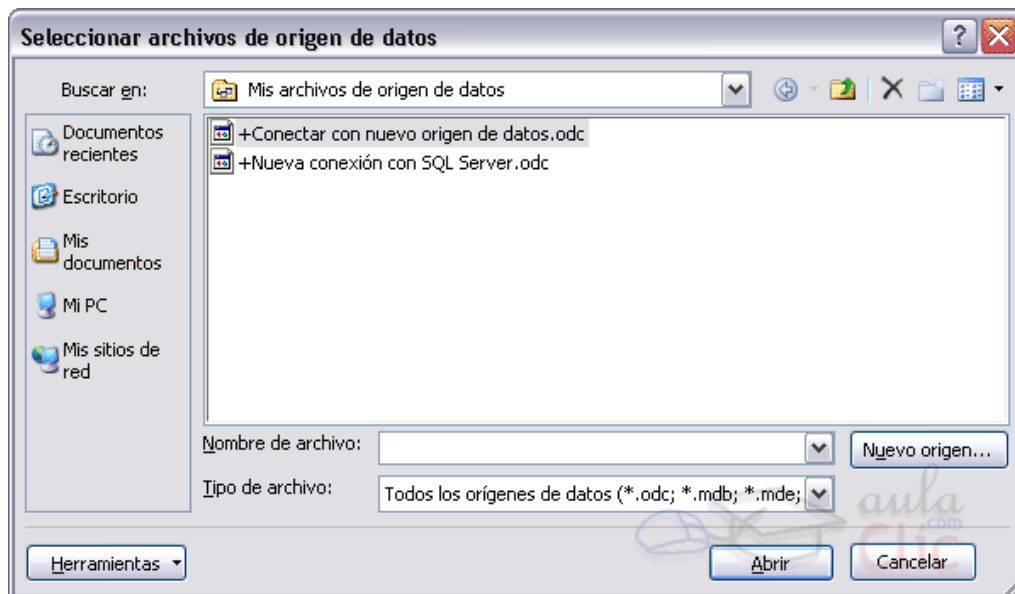
Si seleccionamos la opción Seleccionar de los contactos de Outlook, en lugar de Examinar... aparece la opción Elegir la carpeta de contactos, hacer clic en ella y elegir la carpeta.

Si seleccionamos la opción Escribir una lista nueva en lugar de Examinar... aparece la opción Crear..., hacer clic en ella para introducir los valores en la lista.

Ahora explicaremos con más detalle la opción Examinar...

Al hacer clic en la opción Examinar... se abre el cuadro de diálogo Seleccionar archivos de origen de datos en el que indicaremos de dónde

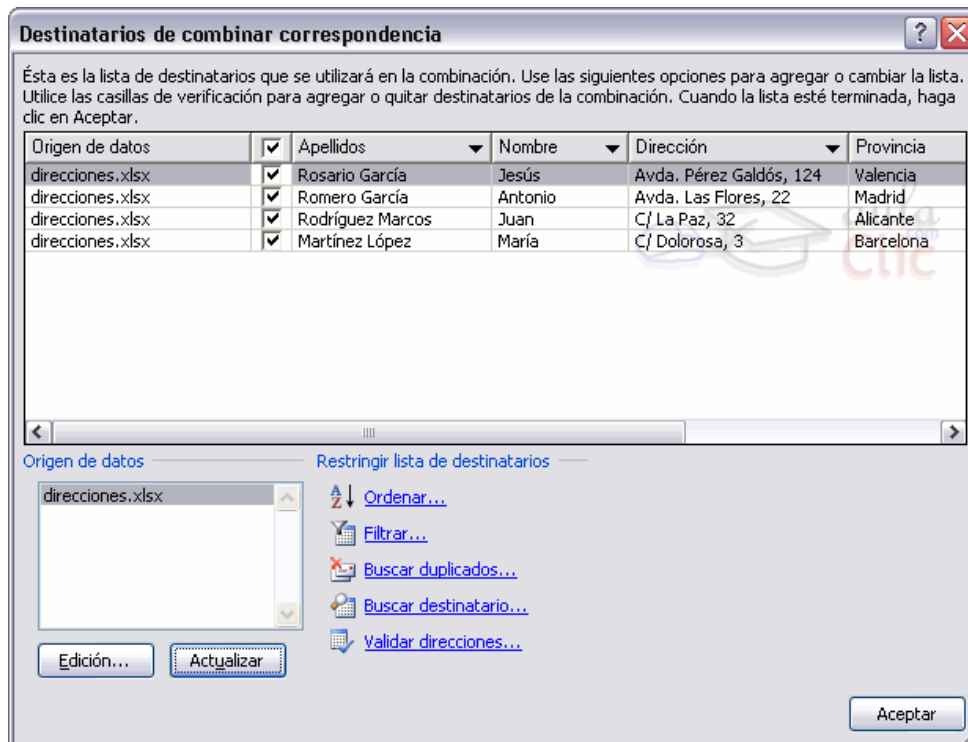
cogerá los datos:



En el campo Tipo de archivo: seleccionamos el tipo de archivo donde se encuentra el origen de datos, se admiten tipos muy variados, pero lo más común será utilizar el tipo Bases de datos Access (*.mdb;..) si tenemos los datos en una tabla de base de datos Access, el tipo Archivos de Excel (*.xlsx) si tenemos los datos en una hoja Excel, el tipo Documentos de Word (*.docx) si tenemos los datos en una tabla de Word.

En la parte superior de la pantalla en el campo Buscar en: indicamos la carpeta donde se encuentra el origen de datos. Al seleccionar la carpeta aparecerán todos los archivos del tipo seleccionado que se encuentren en la carpeta, sólo nos quedará hacer doble clic sobre el archivo que contiene nuestro origen de datos o seleccionarlo para que aparezca su nombre en el campo Nombre de archivo: y hacer clic en el botón Abrir.

Una vez indicado el origen de datos se abre el cuadro de diálogo destinatarios de combinar correspondencia, en él vemos los datos que se combinarán y podemos añadir opciones que veremos más adelante.

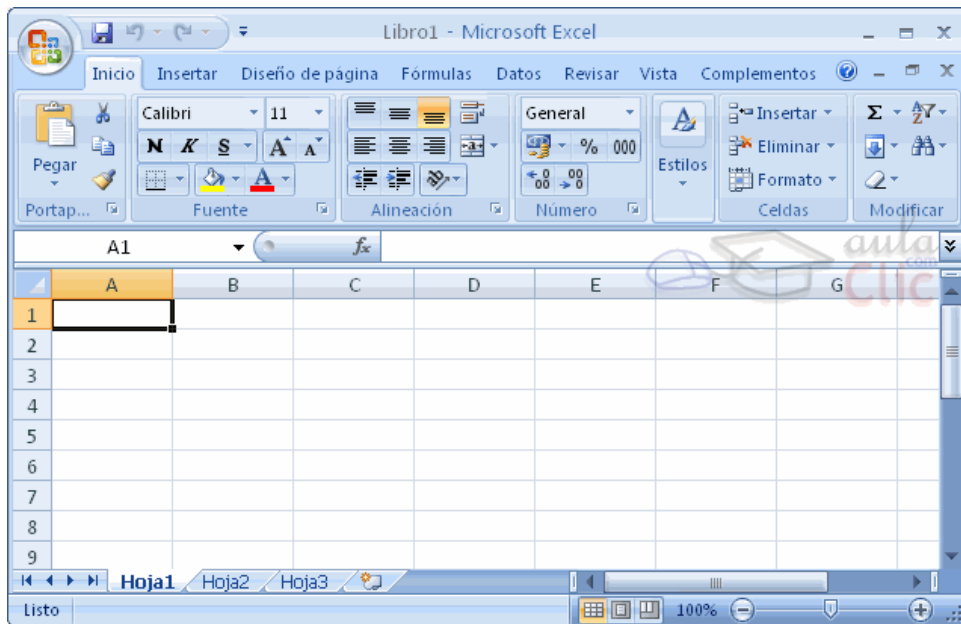


Hacer clic en Aceptar para pasar al paso 4 del asistente...

MICROSOFT EXCEL 2007

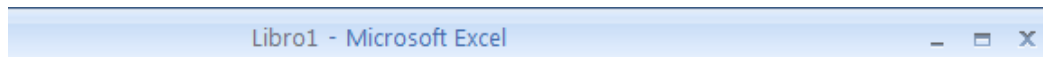
La pantalla inicial




Al iniciar Excel aparece una pantalla inicial como ésta, vamos a ver sus componentes fundamentales, así conoceremos los nombres de los diferentes elementos y será más fácil entender el resto del curso. La pantalla que se muestra a continuación (y en general todas las de este curso) puede no coincidir exactamente con la que ves en tu ordenador, ya que cada usuario puede decidir qué elementos quiere que se vean en cada momento, como veremos más adelante.



Las Barras.




La barra de título



Contiene el nombre del documento sobre el que se está trabajando en ese momento. Cuando creamos un libro nuevo se le asigna el nombre provisional Libro1, hasta que lo guardemos y le demos el nombre que queramos. En el extremo de la derecha están los botones para minimizar , restaurar  y cerrar .

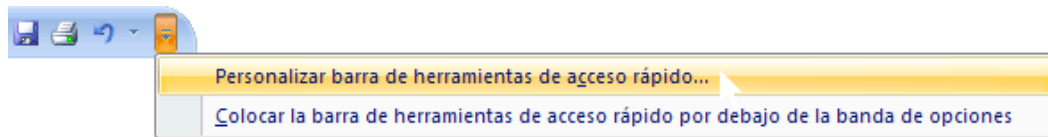
La barra de acceso rápido



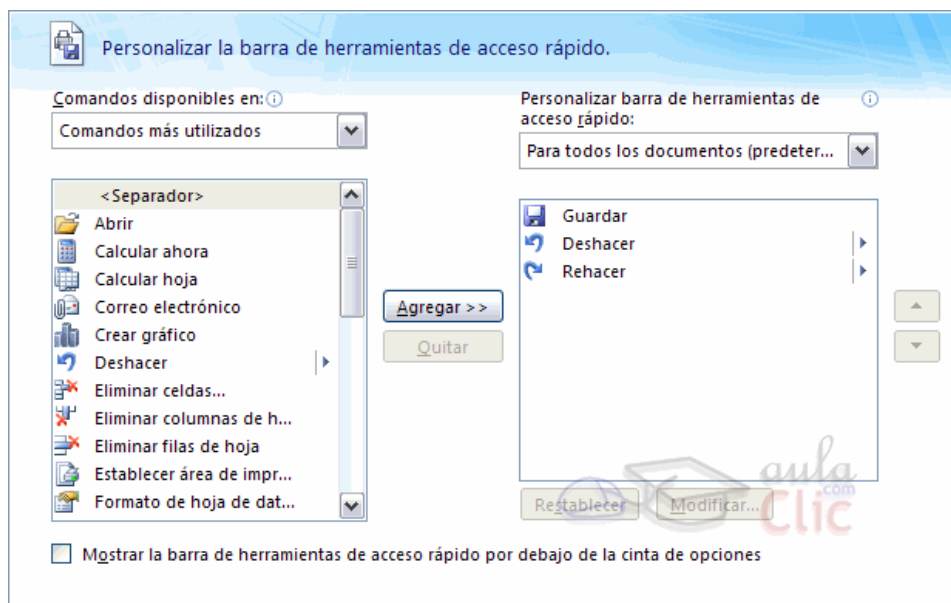
La barra de acceso rápido contiene las operaciones más habituales de Excel como Guardar , Deshacer  o Rehacer .

Esta barra puede personalizarse para añadir todos los botones que quieras. Para ello haz clic en la flecha desplegable de la derecha y

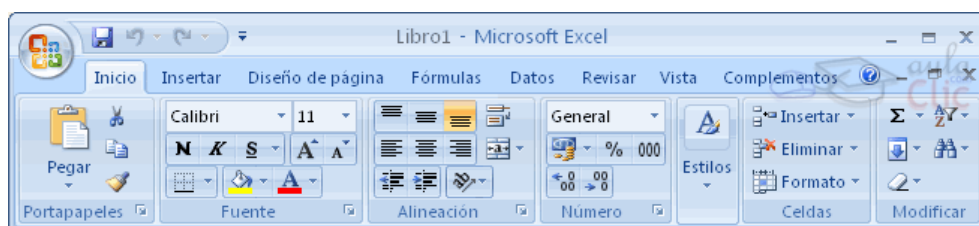
selecciona Personalizar Banda de opciones de acceso rápido.



Se abrirá un cuadro de diálogo desde donde podrás añadir acciones que iremos viendo a lo largo del curso:



La Banda de Opciones



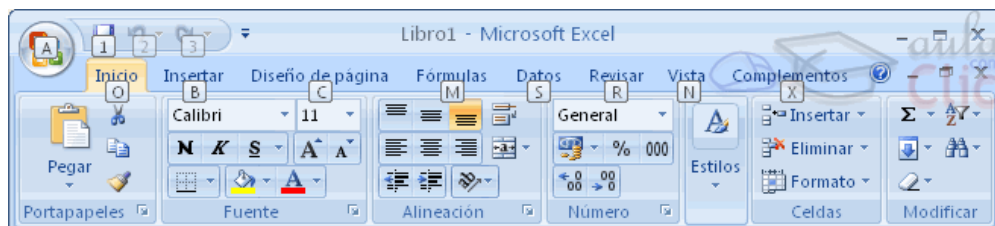
La Banda de opciones contiene todas las opciones del programa agrupadas en pestañas. Al hacer clic en Insertar, por ejemplo, veremos las operaciones relacionadas con la inserción de los diferentes elementos que se pueden crear en Excel.

Todas las operaciones se pueden hacer a partir de estos menús. Pero las más habituales podríamos añadirlas a la barra de acceso rápido como hemos visto en el punto anterior.

En algunos momentos algunas opciones no estarán disponibles, las reconocerás porque tienen un color atenuado.

Las pestañas que forman la banda pueden ir cambiando según el momento en que te encuentres cuando trabajes con Excel. Está diseñada para mostrar solamente aquellas opciones que te serán útiles en cada pantalla.

Pulsando la tecla ALT entraremos en el modo de acceso por teclado. De esta forma aparecerán pequeños recuadros junto a las pestañas y opciones indicando la tecla (o conjunto de teclas) que deberás pulsar para acceder a esa opción sin la necesidad del ratón.



Las opciones no disponibles en el momento actual se muestran semitransparentes.

Para salir del modo de acceso por teclado vuelve a pulsar la tecla ALT.

Si haces doble clic sobre cualquiera de las pestañas, la barra se minimizará para ocupar menos espacio.

De esta forma sólo muestra el nombre de las pestañas y las opciones quedarán ocultas.

Las opciones volverán a mostrarse en el momento en el que vuelvas a hacer clic en cualquier pestaña.

Introducir Fórmulas y Funciones

Una función es una fórmula predefinida por Excel 2007 (o por el usuario) que opera con uno o más valores y devuelve un resultado que aparecerá directamente en la celda o será utilizado para calcular la fórmula que la contiene.

La sintaxis de cualquier función es:

Nombre _ función (argumento1;argumento2;...;argumentoN)

Siguen las siguientes reglas:

- Si la función va al comienzo de una fórmula debe empezar por el signo =.
- Los argumentos o valores de entrada van siempre entre paréntesis. No dejes espacios antes o después de cada paréntesis.
- Los argumentos pueden ser valores constantes (número o texto), fórmulas o funciones.
 - Los argumentos deben de separarse por un punto y coma ;.
 -

Ejemplo: =SUMA(A1:C8)

Tenemos la función SUMA() que devuelve como resultado la suma de sus argumentos. El operador ":" nos identifica un rango de celdas, así A1:C8 indica todas las celdas incluidas entre la celda A1 y la C8, así la función anterior sería equivalente a:

=A1+A2+A3+A4+A5+A6+A7+A8+B1+B2+B3+B4+B5+B6+B7+B8+C1+C2
+C3+C4+C5+C6+C7+C8

En este ejemplo se puede apreciar la ventaja de utilizar la función.

Las fórmulas pueden contener más de una función, y pueden aparecer funciones anidadas dentro de la fórmula.

Ejemplo: =SUMA(A1:B4)/SUMA(C1:D4)

Existen muchos tipos de funciones dependiendo del tipo de operación o cálculo que realizan. Así hay funciones matemáticas y trigonométricas, estadísticas, financieras, de texto, de fecha y hora, lógicas, de base de datos, de búsqueda y referencia y de información.

Para introducir una fórmula debe escribirse en una celda cualquiera tal cual introducimos cualquier texto, precedida siempre del signo =.

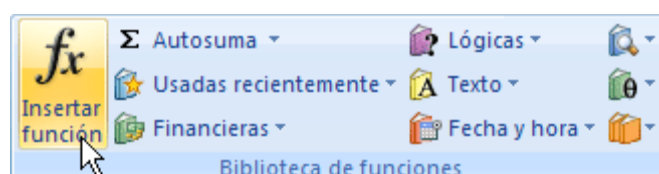
Si quieres conocer más sobre los operadores más utilizados y las precedencias de los operadores visita nuestro básico

Insertar función con el asistente

Una función como cualquier dato se puede escribir directamente en la celda si conocemos su sintaxis, pero Excel 2007 dispone de una ayuda o asistente para utilizarlas, así nos resultará más fácil trabajar con ellas.

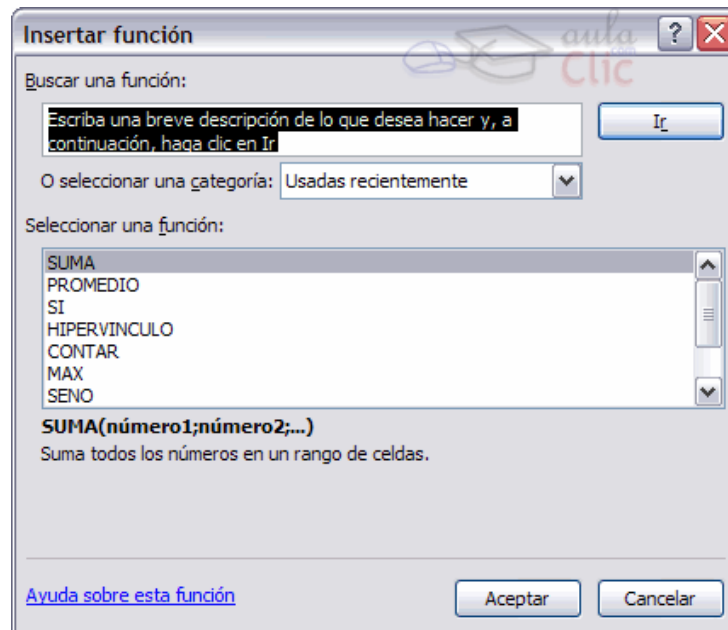
Si queremos introducir una función en una celda:

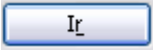
- Situar en la celda donde queremos introducir la función.
- Hacer clic en la pestaña Fórmulas.
- Elegir la opción Insertar función.



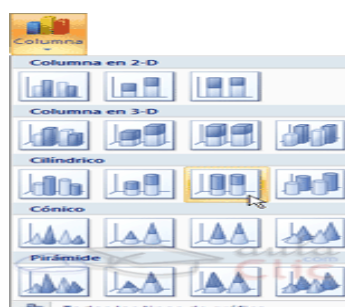
O bien, hacer clic sobre el botón  de la barra de fórmulas.

Aparecerá el siguiente cuadro de diálogo Insertar función:



Excel 2007 nos permite buscar la función que necesitamos escribiendo una breve descripción de la función necesitada en el recuadro Buscar una función: y a continuación hacer clic sobre el botón , de esta forma no es necesario conocer cada una de las funciones que incorpora Excel ya que el nos mostrará en el cuadro de lista Seleccionar una función: las funciones que tienen que ver con la descripción escrita.

Para que la lista de funciones no sea tan extensa podemos seleccionar previamente una categoría del cuadro combinado O seleccionar una categoría:, esto hará que en el cuadro de lista sólo aparezcan las funciones de la categoría elegida y reduzca por lo tanto la lista. Si no estamos muy seguros de la categoría podemos elegir Todas.



En el cuadro de lista Seleccionar una función: hay que elegir la función que deseamos haciendo clic sobre ésta.

Observa como conforme seleccionamos una función, en la parte inferior nos aparecen los distintos argumentos y una breve descripción de ésta. También disponemos de un enlace Ayuda sobre esta función para obtener una descripción más completa de dicha función.

A final, hacer clic sobre el botón Aceptar.

Crear gráficos

Para insertar un gráfico tenemos varias opciones, pero siempre utilizaremos la sección Gráficos que se encuentra en la pestaña Insertar.



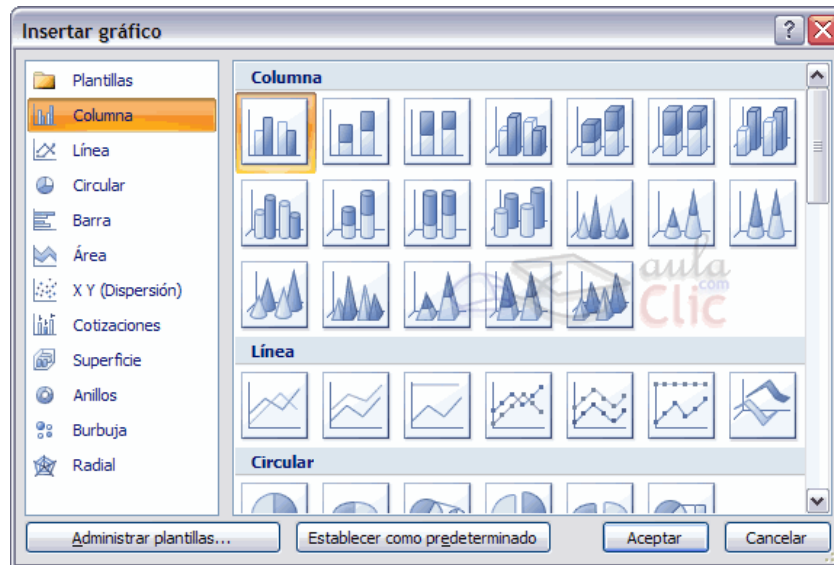
Es recomendable que tengas seleccionado el rango de celdas que quieres que participen en el gráfico, de esta forma, Excel podrá generarlo automáticamente. En caso contrario, el gráfico se mostrará en blanco o no se creará debido a un tipo de error en los datos que solicita.

Como puedes ver existen diversos tipos de gráficos a nuestra disposición. Podemos seleccionar un gráfico a insertar haciendo clic en el tipo que nos interese para que se despliegue el listado de los que se encuentran disponibles.

En cada uno de los tipos generales de gráficos podrás encontrar un enlace en la parte inferior del listado que muestra Todos los tipos de

gráfico...

Hacer clic en esa opción equivaldría a desplegar el cuadro de diálogo de Insertar gráfico que se muestra al hacer clic en la flecha de la parte inferior derecha de la sección Gráficos.



Aquí puedes ver listados todos los gráficos disponibles, selecciona uno y pulsa Aceptar para empezar a crearlo.

Si seleccionaste un rango de celdas verás tu nuevo gráfico inmediatamente y lo insertará en la hoja de cálculo con las características predeterminadas del gráfico escogido. Si has decidido probar suerte y no tenías celdas seleccionadas, deberás seguir leyendo los siguientes apartados.

Crear una tabla dinámica

Una tabla dinámica consiste en el resumen de un conjunto de datos, atendiendo a varios criterios de agrupación, representado como una tabla de doble entrada que nos facilita la interpretación de dichos datos. Es dinámica porque nos permite ir obteniendo diferentes totales, filtrando

datos, cambiando la presentación de los datos, visualizando o no los datos origen, etc.

	A	B	C	D	E
1	MES	REF	CANTIDAD	IMPORTE	TOTAL
2	Febrero	1245	5	50	250
3	Abril	1265	6	12	72
4	Enero	1245	4	53	212
5	Marzo	1269	2	45	90
6	Abril	1267	4	25	100
7	Marzo	1265	6	35	210
8	Junio	1245	8	60	480
9	Enero	1235	12	25	300
10	Febrero	1236	5	30	150
11	Junio	1278	6	35	210
12	Mayo	1236	3	45	135
13	Mayo	1258	4	40	160
14	Abril	1236	5	42	210

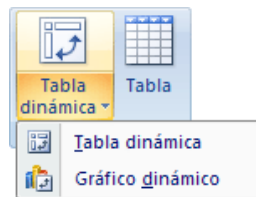
Veamos cómo podemos crear una tabla dinámica a partir de unos datos que ya tenemos.

Para crear una tabla dinámica, Excel nos proporciona las tablas y gráficos dinámicos.

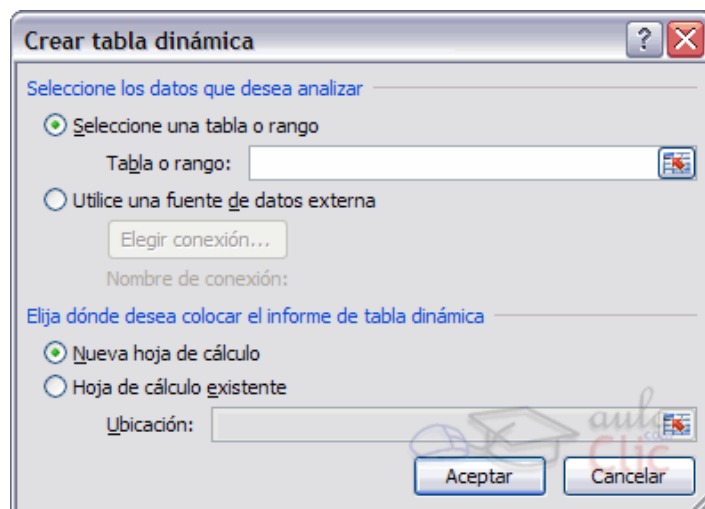
Supongamos que tenemos una colección de datos de los artículos del almacén con el número de referencia y el mes de compra, además sabemos la cantidad comprada y el importe del mismo.

Vamos a crear una tabla dinámica a partir de estos datos para poder examinar mejor las ventas de cada artículo en cada mes.

Para ello vamos a la pestaña Insertar y hacemos clic en Tabla dinámica (también podemos desplegar el menú haciendo clic en la flecha al pie del botón para crear un gráfico dinámico).



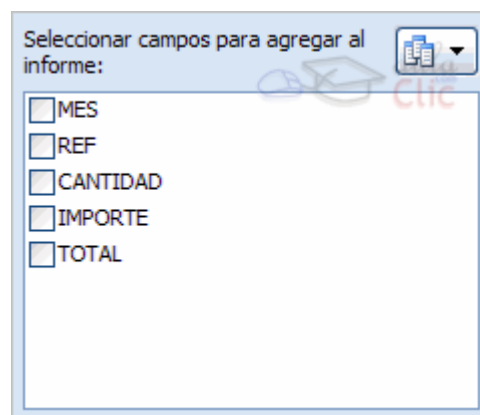
Aparece el cuadro de diálogo de creación de tablas dinámicas. Desde aquí podremos indicar el lugar donde se encuentran los datos que queremos analizar y el lugar donde queremos ubicarla.

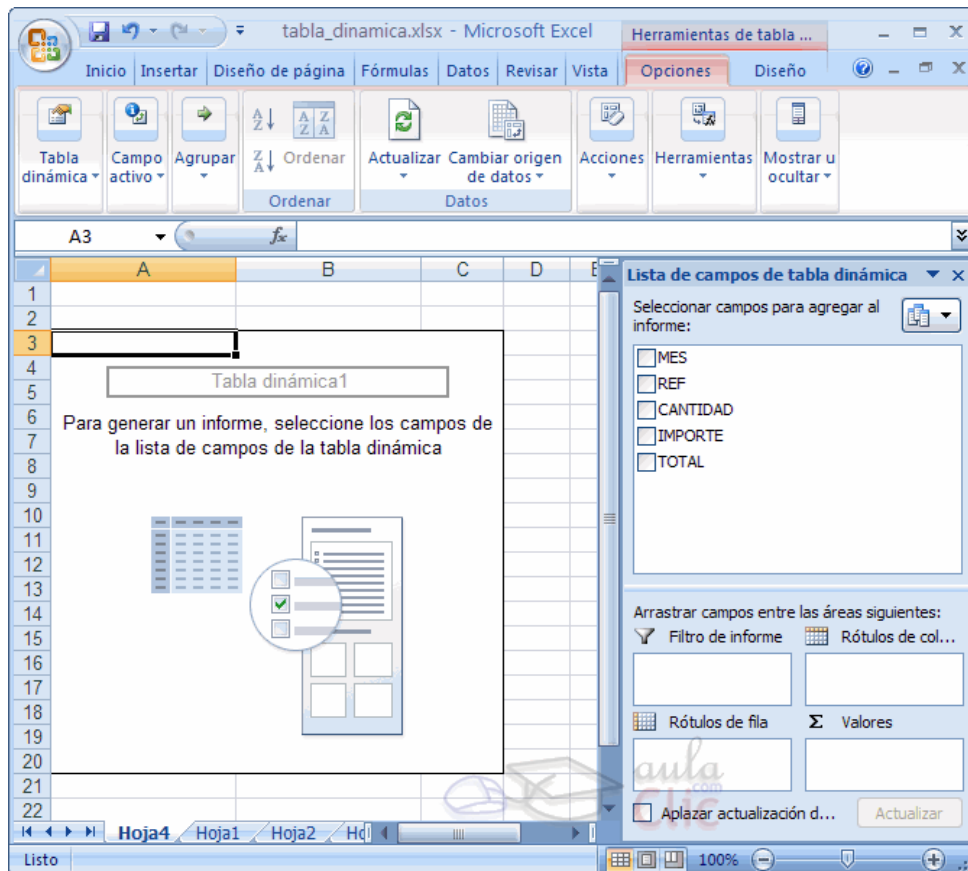


En nuestro caso indicamos que vamos a seleccionar los datos de un rango de celdas y que queremos ubicarla en una hoja de cálculo nueva.

En el caso de seleccionar la opción Selecciona una tabla o rango debemos seleccionar todas las celdas que vayan a participar, incluyendo las cabeceras.

Pulsamos Aceptar para seguir.







Desde este panel podemos personalizar la forma en que van a verse los datos en la tabla dinámica.

Con esta herramienta podríamos construir una tabla dinámica con la siguiente estructura:

- Una fila para cada una de las Referencias de la tabla.
- Una columna para cada uno de los Meses de la tabla.
- En el resto de la tabla incluiremos el total del Importe para cada Referencia en cada Mes.

Para ello simplemente tendremos que arrastrar los elementos que vemos listados a su lugar correspondiente al pie del panel.

En este ejemplo deberíamos arrastrar el campo REF a  Rótulos de fila ,

el campo MES a  Rótulos de columna y finalmente el campo IMPORTE a la sección  Valores.

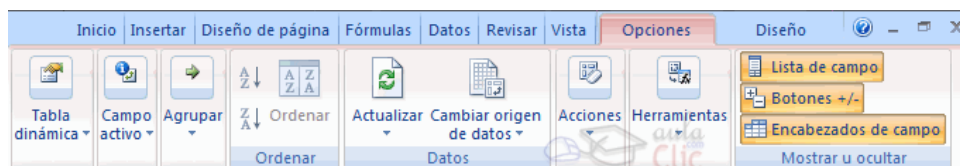
Tras realizar la tabla dinámica este sería el resultado obtenido.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2								
3	Suma de IMPORTE		Rótulos de columna					
4	Rótulos de fila	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total general
5	1235	25						25
6	1236		30		42	45		117
7	1245	53	50				60	163
8	1258					40		40
9	1265			35	12			47
10	1267				25			25
11	1269			45				45
12	1278						35	35
13	Total general	78	80	80	79	85	95	497
14								

Podemos ver que la estructura es la que hemos definido anteriormente, en el campo fila tenemos las referencias, en el campo columnas tenemos los meses y en el centro de la tabla las sumas de los importes.

Con esta estructura es mucho más fácil analizar los resultados.

Una vez creada la tabla dinámica nos aparece la pestaña Opciones:



El panel lateral seguirá pudiéndose utilizar, así que en cualquier momento podremos quitar un campo de un zona arrastrándolo fuera.

Con esto vemos que en un segundo podemos variar la estructura de la tabla y obtener otros resultados sin casi esfuerzos.

Si arrastrásemos a la zona de datos los campos cantidad y total, obtendríamos la siguiente tabla, más compleja pero con más información:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1									
2									
3									
4	Rótulos de fila	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total general	
5	1235								
6	Suma de IMPORTE	25						25	
7	Suma de CANTIDAD	12						12	
8	Suma de TOTAL	300						300	
9	1236								
10	Suma de IMPORTE		30		42	45		117	
11	Suma de CANTIDAD		5		5	3		13	
12	Suma de TOTAL		150		210	135		495	
13	1245								
14	Suma de IMPORTE	53	50				60	163	
15	Suma de CANTIDAD	4	5				8	17	
16	Suma de TOTAL	212	250				480	942	
17	1258								
18	Suma de IMPORTE					40		40	
19	Suma de CANTIDAD					4		4	
20	Suma de TOTAL					160		160	
21	1265								
22	Suma de IMPORTE			35	12			47	
23	Suma de CANTIDAD			6	6			12	
24	Suma de TOTAL			210	72			282	
25	1267								
26	Suma de IMPORTE				25			25	
27	Suma de CANTIDAD				4			4	
28	Suma de TOTAL				100			100	
29	1269								
30	Suma de IMPORTE			45				45	
31	Suma de CANTIDAD			2				2	
32	Suma de TOTAL			90				90	
33	1278								
34	Suma de IMPORTE						35	35	
35	Suma de CANTIDAD						6	6	
36	Suma de TOTAL						210	210	
37	Total Suma de IMPORTE	78	80	80	79	85	95	497	
38	Total Suma de CANTIDAD	16	10	8	15	7	14	70	
39	Total Suma de TOTAL	512	400	300	382	295	690	2579	
40									

Puede que no visualices la tabla de la misma forma, al añadir varios campos en la sección Valores el rótulo Σ Valores aparecerá en una las secciones de rótulos, si te aparece en Rótulos de columna despliega la lista asociada a él y selecciona la opción Mover a rótulos de fila.

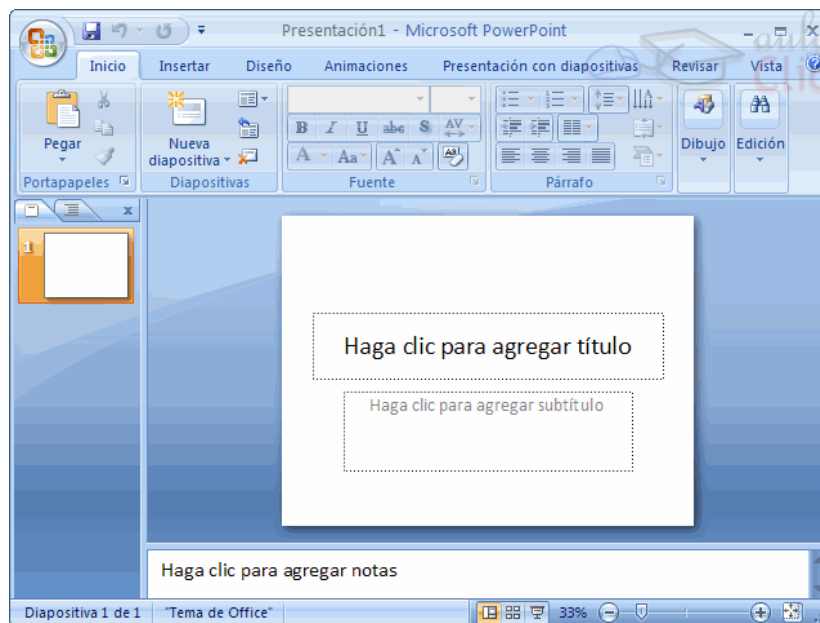
Eliminar una tabla dinámica.

Para eliminar una tabla dinámica simplemente debemos seleccionar la tabla en su totalidad y presionar la tecla Supr.

3. MICROSOFT POWER POINT

La pantalla inicial

Al iniciar PowerPoint aparece una pantalla inicial como la que a continuación te mostramos. Ahora conoceremos los nombres de los diferentes elementos de esta pantalla y así será más fácil entender el resto del curso. La pantalla que se muestra a continuación puede no coincidir exactamente con la que ves en tu ordenador, ya que cada usuario puede decidir qué elementos quiere que se vean en cada momento, como veremos más adelante.

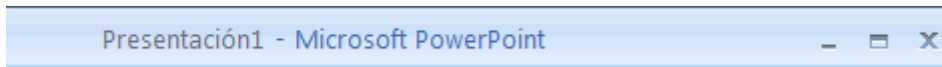





La parte central de la ventana es donde visualizamos y creamos las diapositivas que formarán la presentación.

Una diapositiva no es más que una de las muchas pantallas que forman parte de una presentación, es como una página de un libro.

Las Barras




La barra de título



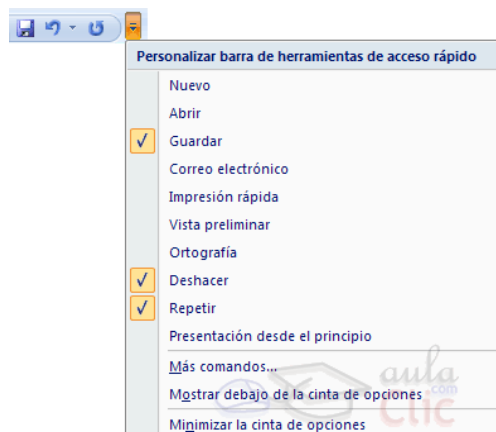
Contiene el nombre del documento sobre el que se está trabajando en ese momento. Cuando creamos una presentación nueva se le asigna el nombre provisional Presentación1, hasta que la guardemos y le demos el nombre que queramos. En el extremo de la derecha están los botones para minimizar , restaurar  y cerrar .

La barra de acceso rápido

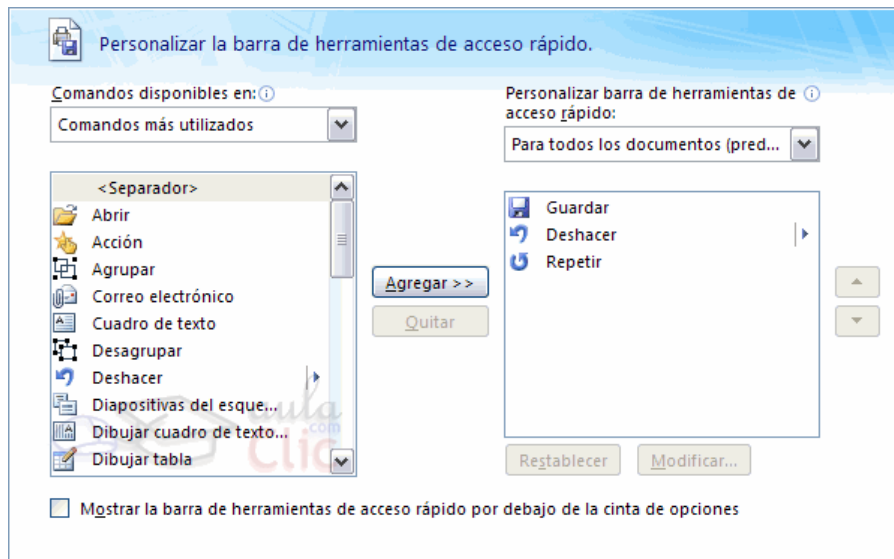


La barra de acceso rápido contiene las operaciones más habituales como Guardar , Deshacer  o Repetir .

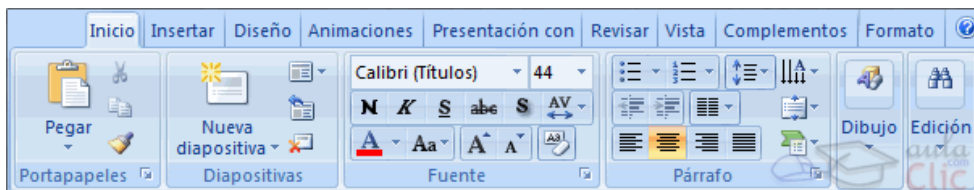
Esta barra puede personalizarse para añadir todos los botones que quieras. Para ello haz clic en la flecha desplegable de la derecha y selecciona los comandos que quieras añadir.



Haz clic en Más comandos para ver un listado de todos los disponibles en PowerPoint 2007. Se abrirá un cuadro de diálogo desde donde podrás añadir acciones que iremos viendo a lo largo del curso:



La Banda de Opciones



La Banda de opciones contiene todas las opciones del programa agrupadas en pestañas. Al hacer clic en Insertar, por ejemplo, veremos las operaciones relacionadas con la inserción de los diferentes elementos que se pueden crear en PowerPoint.

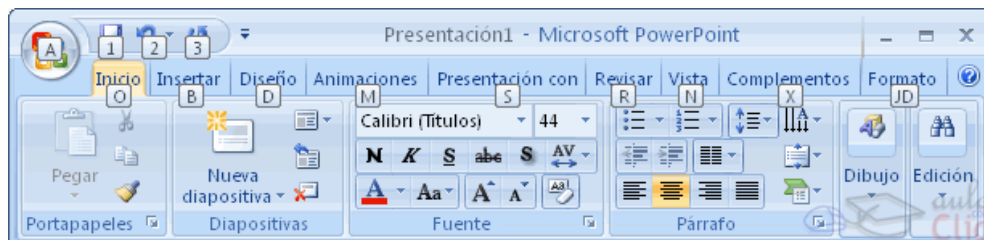
Puedes acceder a todas las acciones utilizando estas pestañas. Pero las más habituales podríamos añadirlas a la barra de acceso rápido como hemos visto en el punto anterior.

En algunos momentos algunas opciones no estarán disponibles, las reconocerás porque tienen un color atenuado.

Las pestañas que forman la banda pueden ir cambiando según el momento en que te encuentres cuando trabajes con PowerPoint. Está diseñada para mostrar solamente aquellas opciones que te serán útiles en

cada pantalla.

Pulsando la tecla ALT entraremos en el modo de acceso por teclado. De esta forma aparecerán pequeños recuadros junto a las pestañas y opciones indicando la tecla (o conjunto de teclas) que deberás pulsar para acceder a esa opción sin la necesidad del ratón.



Las opciones no disponibles en el momento actual se muestran semitransparentes.

Para salir del modo de acceso por teclado vuelve a pulsar la tecla ALT.

Si haces doble clic sobre cualquiera de las pestañas, la barra se minimizará para ocupar menos espacio.

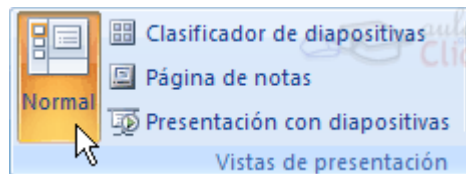
De esta forma sólo muestra el nombre de las pestañas y las opciones quedarán ocultas.

Las opciones volverán a mostrarse en el momento en el que vuelvas a hacer clic en cualquier pestaña.

Tipos de Vistas

Antes de empezar a explicar cómo personalizar una presentación es importante saber cómo manejarnos en los distintos tipos de vistas que nos ofrece PowerPoint.

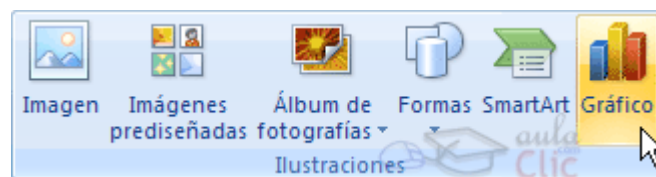
El saber manejar los tipos de vistas es muy importante ya que nos va a permitir tener tanto una visión particular de cada diapositiva como una visión global de todas las diapositivas, incluso nos permitirá reproducir la presentación para ver cómo queda al final.



Trabajar con Gráficos

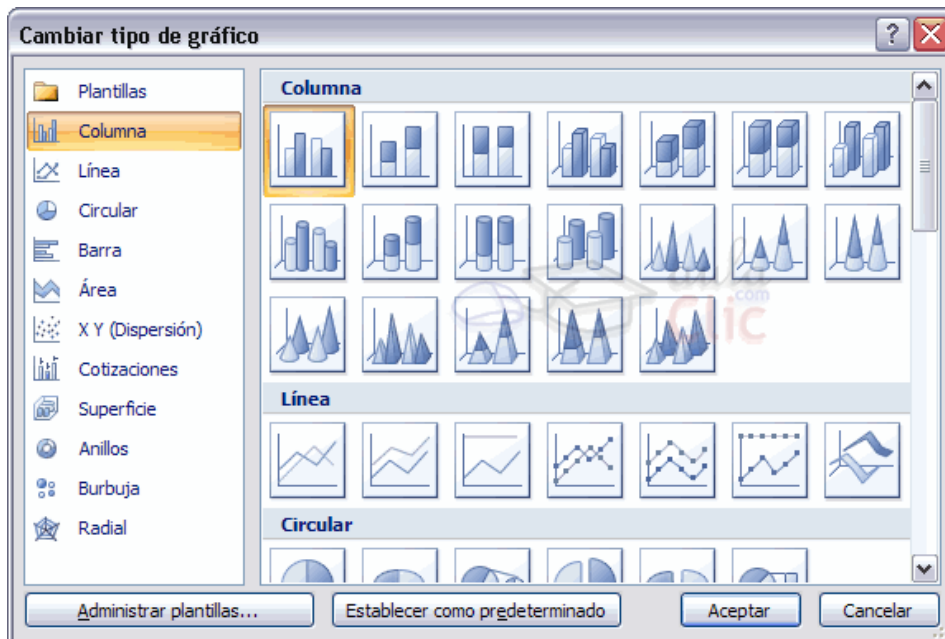
Los gráficos se utilizan muy a menudo en las presentaciones por su facilidad de esquematizar gran cantidad de información.

PowerPoint incluye muchos tipos de gráficos que más adelante podrás ver.



Para insertar un gráfico en una diapositiva únicamente tienes que pulsar en el botón Gráfico de la pestaña Insertar.

Se abrirá un cuadro de diálogo para que escojas el tipo de gráfico que quieres mostrar, selecciona uno y pulsa Aceptar.



En la lista de la izquierda selecciona el tipo de gráfico que te gusta, inmediatamente te aparecerán unos subtipos de gráficos en la zona de la derecha de la ventana que están relacionados con el tipo genérico que has elegido anteriormente.

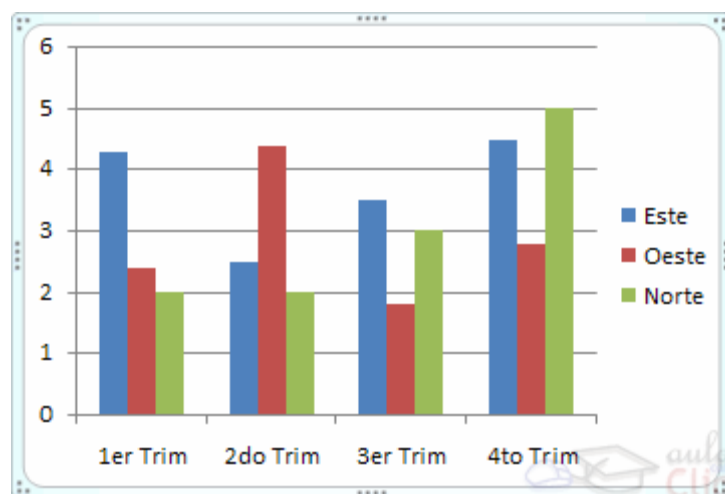
Selecciona el gráfico que más te guste, pero te aconsejamos que si quieres que te sea de utilidad busca gráficos que permitan representar y captar la información fácilmente.

PowerPoint insertará el gráfico en la diapositiva y te mostrará la hoja de datos de ejemplo que contiene las cantidades que se representan en el gráfico.

	A	B	C	D
1		Este	Oeste	Norte
2	1er Trim	4,3	2,4	2
3	2do Trim	2,5	4,4	2
4	3er Trim	3,5	1,8	3
5	4to Trim	4,5	2,8	5

Ten en cuenta que PowerPoint utiliza Excel para crear los gráficos, por lo que puedes utilizar todas sus características para su creación.

En la hoja de datos la primera columna que aparece es la que representa la leyenda, la primera fila (1er trim., 2do trim....) representa el eje X (horizontal) y las cantidades serán representadas en el eje Y.



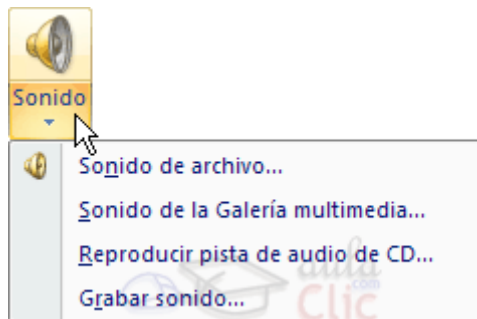
Este dibujo es la representación de la hoja de datos que te hemos mostrado anteriormente.

Una vez insertado el gráfico es muy fácil de modificar los datos de la hoja de datos, únicamente sitúate sobre la celda que quieras modificar e inserta el nuevo valor que inmediatamente verás representado en la gráfica.

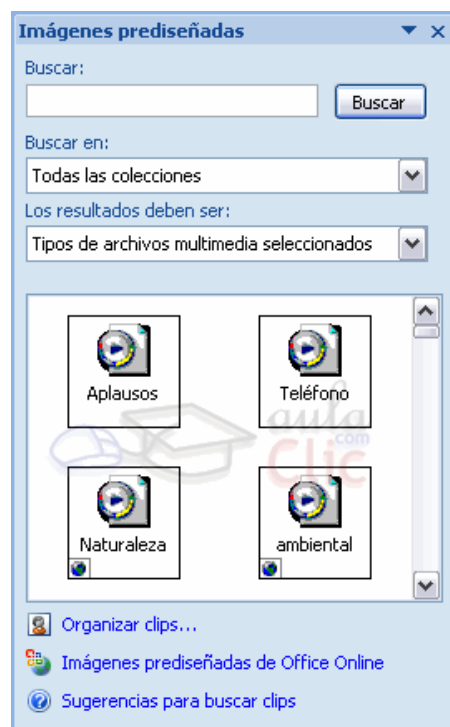
Insertar sonidos y películas

Para insertar un sonido en una presentación despliega la pestaña Insertar y elige Sonido.

Después aparecerá una lista donde podrás insertar un sonido que ya tengas almacenado en tu ordenador (con la opción Sonido de archivo), o grabar tú mismo el sonido e incluso insertar como sonido una pista de un CD de audio.



Cuando la banda de opciones sea de un tamaño reducido, este icono aparecerá en el desplegable Clip multimedia.



Insertar sonidos de la galería multimedia

Despliega la pestaña Insertar y elige Sonido.

Después selecciona Sonido de la Galería multimedia....

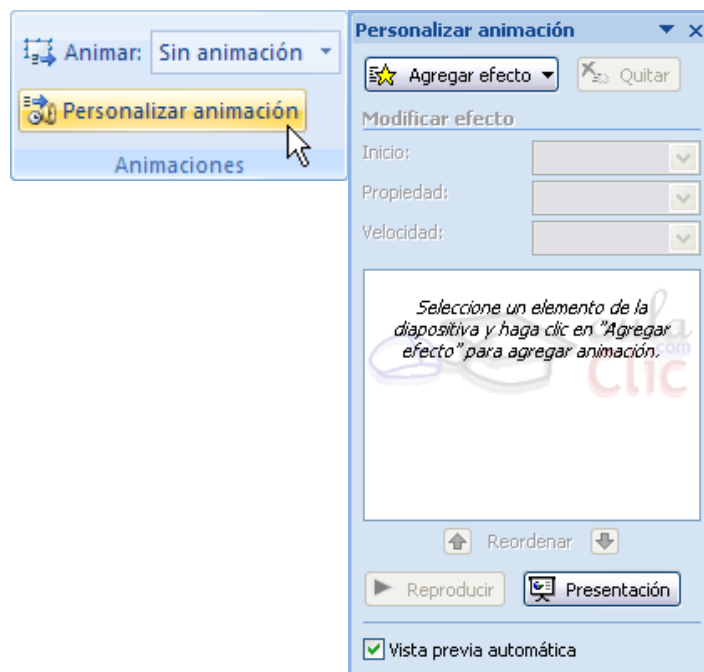
En el panel de tareas aparecerá la lista de sonidos que incorpora la galería multimedia de PowerPoint.

Para insertar el sonido, haz doble clic sobre él, después te preguntará si quieres que se reproduzca automáticamente el sonido o cuando hagas clic sobre él.

Una vez hayas elegido el sonido, en la diapositiva verás que aparece un altavoz que representa al sonido.

Animaciones y transiciones

En las presentaciones podemos dar movimiento a los objetos que forman parte de ellas e incluso al texto haciéndolas así más profesionales o más divertidas, además de conseguir llamar la atención de las personas que la están viendo.

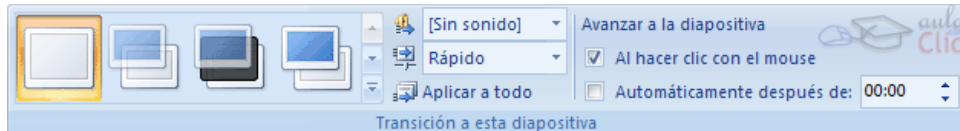


Transición de diapositiva

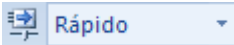
La transición de diapositiva nos permite determinar cómo va a producirse el paso de una diapositiva a la siguiente para producir efectos

visuales más estéticos.

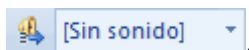
Para aplicar la transición a una diapositiva despliega la pestaña Animaciones y selecciona una de las opciones de Transición a esta diapositiva.



Los diferentes diseños te permiten seleccionar el movimiento de transición entre una diapositiva y la siguiente. Hay una lista muy larga de movimientos.

En la lista Velocidad  podemos indicarle la velocidad de la transición entre una y otra diapositiva.

Incluso podemos insertar algún sonido de la lista Sonido

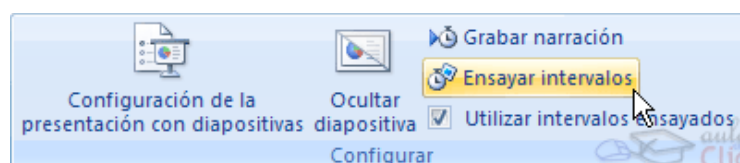


En la sección Avanzar a la diapositiva podemos indicarle que si para pasar de una diapositiva a la siguiente hay de hacer clic con el ratón o bien le indicas un tiempo de transición (1 minuto, 00:50 segundos, etc..)

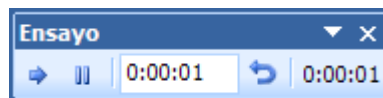
Si quieres aplicar estas características a todas las diapositivas pulsa en el botón Aplicar a todo.

Ensayar intervalos




Ensayar intervalos te permite calcular el tiempo que necesitas para ver cada diapositiva sin prisas.



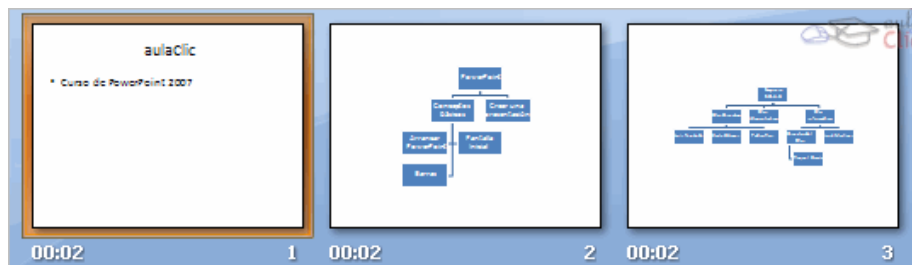
Para calcular el tiempo que necesitas tienes que ir a la pestaña Presentación con diapositivas y elegir la opción Ensayar Intervalos, después verás que la presentación empieza a reproducirse pero con una diferencia, en la parte superior izquierda aparece una especie de contador que cronometra el tiempo que tardas en pasar de una diapositiva a otra pulsando algún botón del ratón.



En el recuadro blanco te mostrará el tiempo para la diapositiva actual y el recuadro del tiempo que aparece en la parte derecha muestra la suma total de intervalos, es decir, el tiempo que transcurrido desde la primera diapositiva.

La flecha  sirve para pasar a la siguiente diapositiva, el botón  para pausar el ensayo de intervalos y  para repetir la diapositiva (para poner a cero el cronómetro de la diapositiva).

Una vez terminas el ensayo PowerPoint te pregunta si quieres conservar esos intervalos para aplicarlos a cada diapositiva de la presentación. Si contestas que sí verás que aparece una pantalla en la que te muestra en miniatura las diapositivas y debajo de cada una aparece el tiempo utilizado para ver cada una de ellas.





Módulo V
COMPUTACIÓN



- Elementos de la pantalla inicial**
 - Botón office
 - Barra de acceso rápido
 - Vistas de documentos
 - Banda de opciones
 - Barra de estado
- Tablas**
 - Creación de tablas
 - Insertar y eliminar filas y columnas
 - Formato de celdas
- Imágenes y gráficos**
 - Gráficos
 - Imágenes prediseñadas
 - Formas
 - SmartArt
- Combinar correspondencia**
 - Documento de origen
 - Base de datos
 - Combinación
 - Destinatarios



- Pantalla principal**
 - Botón office
 - Area de trabajo
 - Vistas
- Las barras**
 - Description
 - La barra de títulos
 - La barra de acceso rápido
 - La barra de menús
 - Barra de opciones
- Gráficos**
 - Insertar imágenes prediseñadas
 - Insertar gráficos estadísticos
 - Modificar los datos del gráfico
 - Insertar imágenes animas
- Sonidos y películas**
 - Insertar sonidos
 - Personalizar los sonidos
 - Insertar sonidos de la galería multimedia
 - Insertar videos
 - Configuración
- Animaciones y transiciones**
 - movimiento
 - Insertar animaciones
 - Personalizar animación
 - Configurar la transición
 - Ensayar intervalos
 - Presentación



- La pantalla inicial**
 - Description
 - Las barras
 - La Barra de títulos
 - La barra de acceso rápido
 - La Barra de opciones
- Fórmulas y funciones**
 - Fórmulas
 - Funciones
 - Estadísticas
 - Matemáticas
 - Lógicas
 - Fecha y hora
- Gráficos**
 - Crear Gráficos
 - Tipos de gráficos
 - Formato de gráficos
 - Estilos
 - Series
- Tablas dinámicas**
 - Crear tablas dinámicas
 - Filtros
 - Gráficos dinámicos
 - Referencias
 - Eliminar tablas dinámicas



6.6 Impactos

Dentro del aspecto social vendríamos a ocupar el lugar que nos corresponde y a tener el mismo derecho de capacitarnos y estar acorde a las necesidades sociales.

En el aspecto educativo brindar una atención de calidad; dando la mejor calidad y atención para aquellas personas o usuarios que necesitan de este departamento.

6.7 Difusión

Realizar constantemente publicaciones de aquellas personas destacadas en sus labores.

Difundir en radio y en periódico sobre lo más importante de una institución que es el departamento de secretaria donde reposa la memoria de un establecimiento.

En los establecimientos se debería homenajear por el día de la secretaria, ya que constituye un elemento más y el más importante de la institución.

6.8 Bibliografía

1. ALVAREZ VASCO Milton, (1995) "Urbanidad y Disciplina".
2. ARROYO Galo, (1990) "Ortografía Práctica y Laboratorios".
3. CARNEGIE Dale, (1995) "Como ganar amigos e influir sobre las personas".
4. CARREÑO Manuel, (1997) "Manual de urbanidad y buenas Maneras", Panamericana Editorial Ltda.
5. COHEN Daniel, (1994) "Sistema de información para Toma de Decisiones".
6. COOPER Robert, "La Inteligencia Emocional".
7. BESSE May, (1985) "Manual Completo de la Secretaria".
8. EDITORIAL Diana, (1986) "Los Errores mas comunes de la Secretaria y formas de Evitarlo".
9. EDITORIAL Nauta, (1987) "Consejos de Belleza".
10. GORDON Judith, (1997) "Comportamiento Organizacional".
11. MCGROW Hill, (2007) Microsoft Office 2007, Editorial Megabyte
12. OCÉANO, (1996) "Enciclopedia de la secretaria", Grupo Editorial.
13. PIME, (1989) "Manual practico del archivo" Ltda. Editores

14. RODRIGUES José, (1997) "Relaciones Humanas en la Empresa"
15. ROJAS R, Demóstenes, (1990) "Redacción comercial estructurada", Editorial Mc Graw Hill Interamericana S.A.
16. ROTH Charles, (1985) "1000 formas de aumentar las ventas", compañía Editorial Continental S.A.
17. SEVILLA QUIROS María Antonieta, (1999) "101 Sugerencia de la Secretaria Eficaz"
18. VACA Juan, (1985) "Documentación y Archivo"
19. VALLEJO Jorge, (1996) "Relaciones Humanas"
20. VALLEJO Juan, (1999) "La Cultura del Servicio"
21. WALL Bob, (1999) "Las Relaciones Humanas en el Trabajo"
22. WALTON Donald, (1992) "Sabe usted Comunicarse"
23. ZAMORA Miguel, (2007) "Educando en los Valores Morales"
24. (1990) "Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano Uno"
25. (1995) "Modulo de Investigación Educativa"
26. (2006) "Microsoft Encarta"

ANEXOS

A. Formularios de encuestas

A.1 Encuesta para personal docente

A.2 Encuesta para Estudiantes

A.3 Encuesta para Personal Administrativo

A.4 Tablas de contenidos

B. Álbum fotográfico

A.1

ENCUESTA PARA DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS DEL CENTRO EDUCATIVO MATRIZ “CUELLAJE”

Reciba un cordial saludo de quienes en calidad de estudiantes de la Universidad Técnica del Norte nos encontramos realizando un trabajo de investigación en las Instituciones Educativas de la zona de Intag, que esta relacionada con el departamento de secretaria, por lo cual le pedimos cordialmente se digne a responder con absoluta sinceridad las preguntas que a continuación por requerimientos con fines de diagnostico e intervención exige la propuesta.

Cabe señalar que los datos que personalmente usted nos proporciones serán de exclusivo y único conocimiento y manejo del grupo de investigadores:

1. ¿Determine la disposición de la secretaria de su institución?

- @ MUY CORDIAL ()
- @ CORDIAL ()
- @ POCO CORDIAL ()
- @ NADA CORDIAL ()

2. ¿Cree usted que la secretaria debe ser calificada por el docente en su desempeño?

- @ SI ()
- @ NO ()

3. ¿En el desempeño de la secretaria de su institución se puede apreciar que esta?

@ MUY CAPACITADA ()

@ CAPACITADA ()

@ POCO CAPACITADA ()

@ NADA CAPACITADA ()

4. ¿La relación de la secretaria con padres de familia y estudiantes es?

@ ADECUADA ()

@ POCO ADECUADA ()

@ NADA ADECUADA ()

5. ¿La secretaria comunica a tiempo las resoluciones del Rector?

@ SIEMPRE ()

@ A VECES ()

@ NUCA ()

6. ¿Considera usted que la secretaria de su Institución guarda confidencialidad con documentos a su cargo?

@ SIEMPRE ()

@ A VECES ()

@ NUNCA ()

7. ¿La secretaria conoce de las Leyes y Reglamentos inherente a su función y a la Institución?

@ MUCHO ()

@ POCO ()

@ NADA ()

8. ¿Cree usted que la secretaria de su colegio cumple con ética profesional en que la documentación a su cargo no sea manipulada ni adulterada?

@ SIEMPRE ()

@ A VECES ()

@ NUNCA ()

9. ¿La presentación personal de la secretaria es?

@ ADECUADA ()

@ POCO ADECUADA ()

@ NADA ADECUADA ()

10. ¿La secretaria participa en los diferentes actos institucionales?

@ SIEMPRE ()

@ A VECES ()

@ NUNCA ()

11. ¿Cómo califica usted la actuación de la secretaria ante el público?

@ REGULAR ()

@ BUENA ()

@ MUY BUENA ()

@ EXCELENTE ()

12. ¿Se debería capacitar a las secretarias de los establecimientos igual que a los docentes?

@ CASI NUNCA ()

@ POCAS VECES ()

@ MUCHAS VECES ()

@ PERMANENTEMENTE ()

A.2

ENCUESTAS PARA LOS ESTUDIANTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA ZONA DE INTAG

Estimado estudiante, reciba un atento saludo de Méndez Cumandá y Morejón Ruby, quienes en calidad de alumnas de la Universidad Técnica del Norte, nos encontramos realizando un trabajo de investigación en las Instituciones Educativas de la zona de Intag, que esta relacionado con el departamento de Secretaria, por lo cual estimado estudiante le pedimos comedidamente se digne responder con absoluta sinceridad las preguntas que a continuación le presentamos.

1. ¿Determine la disposición de la secretaria de su institución?

- @ MUY CORDIAL ()
- @ CORDIAL ()
- @ POCO CORDIAL ()
- @ NADA CORDIAL ()

2. ¿Cree usted que la secretaria debe ser calificada por el docente en su desempeño?

- @ SI ()
- @ NO ()

3. ¿En el desempeño de la secretaria de su institución se puede apreciar que esta?

- @ MUY CAPACITADA ()
- @ CAPACITADA ()
- @ POCO CAPACITADA ()
- @ NADA CAPACITADA ()

4. ¿La relación de la secretaria con padres de familia y estudiantes es?

- @ ADECUADA ()
- @ POCO ADECUADA ()
- @ NADA ADECUADA ()

5. ¿La secretaria comunica a tiempo las resoluciones del Rector?

- @ SIEMPRE ()
- @ A VECES ()
- @ NUCA ()

6. ¿Considera usted que la secretaria de su Institución guarda confidencialidad con documentos a su cargo?

- @ SIEMPRE ()
- @ A VECES ()
- @ NUNCA ()

7. ¿La secretaria conoce de las Leyes y Reglamentos inherente a su función y a la Institución?

- @ MUCHO ()

@ POCO ()

@ NADA ()

8. ¿Cree usted que la secretaria de su colegio cumple con ética profesional en que la documentación a su cargo no sea manipulada ni adulterada?

@ SIEMPRE ()

@ A VECES ()

@ NUNCA ()

9. ¿La presentación personal de la secretaria es?

@ ADECUADA ()

@ POCO ADECUADA ()

@ NADA ADECUADA ()

10. ¿La secretaria participa en los diferentes actos institucionales?

@ SIEMPRE ()

@ A VECES ()

@ NUNCA ()

11. ¿Cómo califica usted la actuación de la secretaria ante el público?

@ REGULAR ()

@ BUENA ()

@ MUY BUENA ()

@ EXCELENTE ()

12. ¿Se debería capacitar a las secretarias de los establecimientos igual que a los docentes?

@ CASI NUNCA ()

@ POCAS VECES ()

@ MUCHAS VECES ()

@ PERMANENTEMENTE ()

A.3

ENCUESTAS PARA LAS SECRETARIA DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA ZONA DE INTAG

Reciba un cordial saludo de quienes en calidad de estudiantes de la Universidad Técnica del Norte nos encontramos realizando un trabajo de investigación en las Instituciones Educativas de la zona de Intag , que esta relacionado con el departamento de secretaria, por lo cual le pedimos comedidamente se digne responder con absoluta sinceridad las preguntas que continuación le presentamos.

1. ¿Usted conoce de las Leyes y Reglamentos inherentes a su función y a la Institución?

@ MUCHO ()

@ POCO ()

@ NADA ()

2. ¿Cree usted que la secretaria debe ser capacitada de igual forma que a los docentes?

@ SIEMPRE ()

@ A VECES ()

@ NUNCA ()

3. ¿La capacitación debe ser en?

- @ COMPUTACION ()
- @ RELACIONES HUMANAS ()
- @ REGLAS GENERALES DE ETIQUETA ()
- @ ATENCION AL PUBLICO ()
- @ MANEJO DE ARCHIVO ()
- @ MECANOGRAFIA ()
- @ IDIOMAS ()
- @ ATENCION TELEFONICA ()

4. ¿Usted como secretaria piensa que debe ser presentada a los padres de familia y alumnos?

- @ SI ()
- @ NO ()

5. ¿Usted como secretaria prepara la correspondencia de rutina?

- @ SI ()
- @ NO ()
- @ A VECES ()

6. ¿Usted como secretaria coordina las actividades de la oficina?

- @ SI ()
- @ NO ()
- @ A VECES ()

7. ¿Usted como secretaria colabora en el trabajo que realizan sus compañeros?

@ SI ()

@ NO ()

@ A VECES ()

8. ¿Usted como secretaria cuida su apariencia personal?

@ SI ()

@ NO ()

@ A VECES ()

9. ¿Es usted amable con su jefe y compañeros?

@ SI ()

@ NO ()

@ A VECES ()

10. ¿Es usted prudente en dar sus opiniones?

@ SI ()

@ NO ()

@ A VECES ()

11. ¿Es usted es tolerante con su jefe y compañeros?

@ SI ()

@ NO ()

@ A VECES ()

@

12. ¿Es usted responsable en el cumplimiento de sus obligaciones?

@ SI ()

@ NO ()

@ A VECES ()

A.4

B. ALBUN FOTOGRAFICO



ILUSTRACION 1



ILUSTRACION 2



ILUSTRACION 3



ILUSTRACION 4



ILUSTRACION 5



ILUSTRACION 6



ILUSTRACION 7



ILUSTRACION 8



ILUSTRACION 9



ILUSTRACION 10