



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

**“EL ENTORNO LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL  
CLIENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, CIUDAD  
DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, PERIODO 2015-2016”**

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

**Autora:**

Cerda López Alicia Verónica

**Director:**

Dr. Galo Fabián Álvarez Tafur

**IBARRA, 2016**

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Yo, Msc. Galo Álvarez en calidad de director del trabajo de grado, Catedrático en la “Universidad Técnica del Norte”; certifico, haber asesorado el presente trabajo de investigación sobre el tema “ **EL ENTORNO LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, PERIODO 2015**”, de autoría de la señora Alicia Verónica Cerda López, el mismo que ha sido revisado y orientado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación para los fines estudiantiles pertinentes.

(Firma)

**Nombre:** Msc. Galo Fabián Álvarez Tafur

**Cédula:** 100182022-2

La Autora

Alicia Verónica Cerda L.

Ibarra, a los 12 días del mes de junio del 2016

## **DEDICATORIA**

El mejor regalo del mundo es persistir para alcanzar nuestras metas, los sueños propuestos y conseguir la victoria, sintiendo el orgullo de haber ganado las adversidades que se presentan a diario y lo mejor de todo es haber logrado culminar los objetivos propuestos con mucha satisfacción, gracias al esfuerzo y sacrificio propio y también de aquellas personas muy importantes que han estado a mi lado incondicionalmente.

Por lo que dedico mi éxito alcanzado a mis hijos Dayhanita y Alejito a mi esposo René Gordón y a mis padres Marco y Alicia, pero sobre todo a Dios por la fortaleza que siempre me dio día a día para afrontar todos aquellos obstáculos que existen en el camino de quienes nos gusta triunfar.

**La Autora**

Alicia Verónica Cerda L.

## **AGRADECIMIENTO**

*El éxito de mi trabajo ha sido gracias a todos quienes me apoyaron incondicionalmente, en especial a la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte, por haberme brindado la oportunidad de formarme personalmente así como también profesionalmente.*

*Son numerosas las personas a quienes debo agradecer por ayudarme a culminar esta etapa tan importante en mi vida, pero especialmente a mi familia, quienes me han dado la fuerza para ser capaz de seguir cumpliendo las metas que me he propuesto y a quienes aseguro que así seguiré, todos mis incansables días hasta conseguir el éxito.*

*A mi Director de Tesis Msc. Galo Álvarez por sus consejos, su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiar mis ideas que ha sido un aporte invaluable.*

**Verónica Cerda L.**

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
ÍNDICE GENERAL .....	v
ÍNDICE DE CUADROS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	x
RESUMEN EJECUTIVO .....	xi
ABSTRACT .....	xii
INTRODUCCIÓN .....	xiii
CAPÍTULO I .....	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Planteamiento del Problema:.....	3
1.3. Formulación del Problema .....	6
1.4. Delimitación del Problema.....	6
1.4.1. Delimitación Espacial:.....	6
1.4.2. Delimitación Temporal:.....	6
1.5. Objetivos: .....	6
1.5.1. Objetivo General .....	6
1.5.2. Objetivos Específicos: .....	6
1.6. Justificación.....	7
CAPÍTULO II .....	9
2. MARCO TEÓRICO .....	9
2.1. Fundamentación Científica.....	9
2.1.1. Teoría Psicológica .....	9
2.1.2. Teoría Sociológica.....	12
2.1.3. Entorno Laboral.....	13
2.1.4. La Comunicación Institucional.....	15
2.1.5. La Comunicación Organizacional .....	15
2.1.6. El liderazgo Institucional.....	16
2.1.7. Aptitud.....	18

2.1.8.	Actitud .....	21
2.1.9.	Componentes de la actitud.....	21
2.1.10.	Las funciones de las actitudes .....	22
2.1.11.	Tipos de actitudes .....	23
2.1.12.	Actitud Emotiva.....	23
2.1.13.	Actitud Desinteresada.....	23
2.1.14.	Actitud Manipuladora.....	23
2.1.15.	Actitud Interesada.....	23
2.1.16.	Actitud Integradora.....	24
2.2.	La secretaria en la institución .....	24
2.2.1.	La secretaria.....	24
2.2.2.	Conocimientos Básicos que Debe Poseer una Secretaria.....	24
2.2.3.	Funciones de la Secretaria .....	25
2.2.4.	Nuevo Perfil de la Secretaria/o y Asistente Administrativa/o.....	26
2.2.5.	Normas para Evitar la Mala Imagen.....	27
2.2.6.	Imagen Personal .....	28
2.2.6.1.	El Vestuario .....	28
2.2.6.2.	El Calzado .....	28
2.2.6.3.	El Baño Diario.....	29
2.2.6.4.	El Peinado.....	29
2.2.6.5.	Los Cosméticos .....	29
2.2.7.	La Calidad .....	30
2.2.8.	Clima Organizacional.....	31
2.2.9.	El Clima Organizacional desde Diferentes Enfoques .....	32
2.2.10.	Dimensiones del Clima Organizacional .....	33
2.2.11.	Importancia del Clima Organizacional en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas .....	34
2.2.12.	Funciones del Clima Organizacional.....	34
2.3.	Posicionamiento Teórico Personal .....	35
2.4.	Glosario de Términos: .....	36
2.5.	Interrogantes de la Investigación.....	39

CAPÍTULO III.....	42
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
3.1. Tipos de investigación.....	42
3.1.1. Investigación de Campo.....	42
3.1.2. Investigación Bibliográfica.....	42
3.1.3. Investigación Descriptiva.....	43
3.1.4. Investigación Propositiva.....	43
3.2. Métodos de la Investigación.....	43
3.2.1. Método Científico.....	43
3.2.2. Método Deductivo.....	43
3.2.3. Método Inductivo.....	44
3.2.4. Método Estadístico.....	44
3.3.1. La Observación.....	44
3.3.2. La Encuesta.....	44
3.3.3. La Entrevista.....	44
3.4.5. Población.....	45
3.4.6. La Muestra.....	45
CAPÍTULO IV.....	46
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	46
4.1. Encuesta Aplicada a los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas Compuesta por Doce Preguntas ..	46
4.2. Encuesta Dirigida a los Administrativos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.....	58
CAPÍTULO V.....	70
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
5.1. Conclusiones.....	70
5.2. Recomendaciones.....	71
CAPÍTULO VI.....	73
6. PROPUESTA ALTERNATIVA.....	73
6.1. Título de la Propuesta.....	73
6.2. Introducción.....	75
6.3. Justificación e Importancia.....	76

6.4.	Fundamentación de la Propuesta .....	77
6.5.	Objetivos.....	78
6.5.1.	Objetivo General .....	78
6.5.2.	Objetivos Específicos .....	78
6.6.	Delimitación .....	78
6.7.	Desarrollo de la Propuesta.....	79
6.7.1	¿Qué es una Guía? .....	79
6.7.2	Usuario. ....	79
6.8.	Impactos .....	142
6.9.	Difusión .....	142
	BIBLIOGRAFÍA .....	143
	LINKOGRAFÍAS .....	143
	ANEXOS .....	144
	Anexo 1 ÁRBOL DE PROBLEMAS .....	145
	Anexo 2 FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.....	147
	Anexo 3 FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.....	150
	Anexo 4 MATRIZ DE COHERENCIA.....	153
	Anexo 5 INSTALACIONES EDIFICIO FACAE UTN .....	154
	AUTORÍA .....	161
	CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	162
	AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICIDAD A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	163

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Matriz Categorical .....	41
Cuadro 2. Población .....	45
Cuadro 3. Servicio adecuado de secretarias .....	46
Cuadro 4. Mejoría Mediante Capacitación .....	47
Cuadro 5. Desempeño Secretaría FACAE .....	48
Cuadro 6. Cursos de Mejoramiento Continuo .....	49
Cuadro 7. Historial Estudiantil Seguro .....	50
Cuadro 8. Atención al Cliente .....	51
Cuadro 9. Guía de Atención para Secretarias .....	52
Cuadro 10. Eficiencia en Trámites .....	53
Cuadro 11. Clima Laboral de las Secretarias .....	54
Cuadro 12. Volvería a Solicitar el Servicio .....	55
Cuadro 13. Quejas y Reclamos Atendidos .....	56
Cuadro 14. Solidaridad Secretaria .....	57
Cuadro 15. Estudiantes Satisfechos .....	58
Cuadro 16. Ambiente Laboral Mejorado .....	59
Cuadro 17. Guarda Historial Estudiante .....	60
Cuadro 18. Manual de servicio .....	61
Cuadro 19. Califica el Ambiente Laboral.....	62
Cuadro 20. Asiste a Capacitaciones .....	63
Cuadro 21. Demora en Tramitar .....	64
Cuadro 22. Cualidades Profesionales.....	65
Cuadro 23. Calificar su Atención Frecuencia .....	66
Cuadro 24. Respuesta ante quejas.....	67
Cuadro 25. Socializar Clima Organizacional.....	68
Cuadro 26. Solidaridad Secretaria .....	69

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Enfoques del Clima Organizacional .....	32
Gráfico 2 Atención adecuada.....	46
Gráfico 3 Mejoría Mediante Capacitación .....	47
Gráfico 4 Desempeño Secretaría FACAE.....	48
Gráfico 5 Cursos de Mejoramiento Continuo .....	49
Gráfico 6 Historial Estudiantil Seguro .....	50
Gráfico 7 Atención al Cliente .....	51
Gráfico 8 Guía de Atención para Secretarias .....	52
Gráfico 9 Eficiencia en Trámites .....	53
Gráfico 10 Clima Laboral de las Secretarias.....	54
Gráfico 11 Volvería a Solicitar el Servicio .....	55
Gráfico 12 Quejas y Reclamos Atendidos .....	56
Gráfico 13 Solidaridad Secretaria .....	57
Gráfico 14 Estudiantes Satisfechos .....	58
Gráfico 15 Ambiente Laboral Mejorado .....	59
Gráfico 16 Guarda Historial Estudiante .....	60
Gráfico 17 Manual de servicio.....	61
Gráfico 18 Califica el Ambiente Laboral.....	62
Gráfico 19 Asiste a Capacitaciones .....	63
Gráfico 20 Demora en Tramitar .....	64
Gráfico 21 Cualidades Profesionales .....	65
Gráfico 22 Calificar su Atención Frecuencia .....	66
Gráfico 23 Respuesta ante quejas.....	67
Gráfico 24 Socializar clima organizacional .....	68
Gráfico 25 Solidaridad Secretaria .....	69

## RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de investigación **“EL ENTORNO LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, PERIODO 2015”**, surge sobre la base de las experiencias que se ha obtenido en las instituciones públicas, con relación a la mala atención al usuario interno y externo, estudia los factores que afectan en el desempeño laboral y calidad de atención al cliente en la FACAE, se investigó el problema que se origina en los clientes, se ha detectado falencias que existen de manera notoria en cuanto se refiere al funcionamiento de la facultad, por tal motivo es importante detectar las características del entorno laboral y la calidad de atención al cliente de los funcionarios (as); este proyecto será de gran importancia para el personal de secretaría que se dedica a dar atención al cliente; el propósito de la guía será mejorar la atención al usuario mejorando el entorno laboral y así conseguir una buena imagen institucional; es importante que en la facultad exista actitud y colaboración en la atención al cliente para procurar satisfacción en los estudiantes. Existen investigaciones en relación al tema que señalan que cuando los empleados se sienten satisfechos con el trabajo que realizan; se produce un incremento de productividad, lo cual se traduce en beneficios profesionales para la institución. Por otro lado, la insatisfacción de los trabajadores puede traer una baja eficiencia en la organización; conductas como negligencia, agresión, frustración y retiro de labores. En este trabajo se investigó a los usuarios tanto internos como externos mediante una encuesta en la que constan preguntas acerca del entorno laboral y el servicio en la atención al cliente, dando como resultado aspectos perjudiciales que no permiten un desarrollo adecuado. No es suficiente demostrar eficiencia en la tramitación de requerimientos, los mejores servicios, equipos modernos; si no se cuenta con lo primordial que es el capital humano capacitado dentro de un ambiente laboral adecuado lo que incide en su desempeño diario incidiendo en la atención al cliente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, periodo 2016.

## **ABSTRACT**

The research paper "THE WORKPLACE AND ITS IMPACT ON THE CUSTOMER OF THE FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC TECHNICAL UNIVERSITY NORTHERN CITY IBARRA, Imbabura province PERIOD 2015", arises on the basis of the experiences has been obtained in public institutions, in relation to poor attention to internal and external user, studying the factors that affect work performance and quality of customer service in the FACAE, the problem stems from customers was investigated, it has been detected flaws that exist markedly as regards the operation of the faculty, for this reason it is important to detect the characteristics of the work environment and the quality of customer service of officials (as); this project will be of great importance for the secretariat staff is dedicated to customer service; The purpose of the guide is to improve customer service by improving the working environment and achieve a good corporate image; It is important that there attitude and cooperation on the faculty at customer satisfaction to ensure students. There is research on the issue that said when employees are satisfied with their work; an increase in productivity, which translates into professional benefits for the institution occurs. On the other hand, dissatisfaction of workers can bring a low efficiency in the organization; behavior such as neglect, aggression, frustration and retreat work. This paper investigated users both internal and external through a survey consisting questions about the work environment and service the customer, resulting in harmful aspects that do not allow proper development. It is not enough to demonstrate efficiency in processing requirements, the best services, modern equipment; if you do not have the bottom line is trained within an appropriate work environment which affects du daily performance focusing on the customer of the Faculty of Management and Economics at the Technical University of the North, city human capital being Imbabura Province Ibarra, 2016 period.

## INTRODUCCIÓN

Uno de los factores más importantes dentro de las instituciones públicas o privadas; es contar con un buen clima laboral, este genera la potenciación de las capacidades de los seres humanos generando el mejoramiento de la calidad del servicio. En el presente trabajo de investigación están inmersas las autoridades, servidores, trabajadores de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y principalmente los usuarios externos que acuden diariamente a la Facultad en busca de una atención rápida, oportuna y eficiente.

En la actualidad las Instituciones prestan interés únicamente a la rentabilidad, costos de producción y demás, es decir solo a la situación netamente económica, sin dar importancia al campo humano que es quien tiene el contacto real con los usuarios o clientes, y mediante esta relación es que se determina si se ha logrado satisfacer las necesidades o inquietudes del usuario.

Es importante tomar en cuenta que hoy en día la mayoría de empresas sean públicas o privadas deben considerar la competencia, es decir las empresas que ofertan los mismos servicios con un valor agregado o con una mejor atención.

El conocer a fondo las necesidades del usuario, así como encontrar la mejor manera de satisfacerlas con estrategias adecuadas, es una política que debería implantarse a nivel general en todas las instituciones.

En la Universidad Técnica del Norte, cada día se pone énfasis en el entorno laboral y principalmente en la calidad de atención al cliente, es necesario orientar a toda la organización hacia la importancia que tiene el cliente; todos los esfuerzos que se realicen dentro de la misma se verán reflejados en su satisfacción y lograr las metas trazadas, que logre ser una institución líder en el ámbito local nacional, sobrepasar las expectativas y percepciones, se puede deducir que no se cuenta con

una buena atención al cliente porque quiere ser escuchado, comprendido y reconocido esto se logra a través de la calidad. La evaluación que tiene el cliente acerca de la organización es el reflejo de la calidad interna que tiene la Facultad, Una de las razones para realizar el estudio de entorno laboral, es que se asume que el desempeño de los trabajadores depende de las relaciones armónicas entre las personas.

Esta investigación está compuesta de seis capítulos, los mismos que se resumen de la siguiente manera.

**El Capítulo I:** Se refiere al Problema de Investigación, planteamiento del Problema, su delimitación los Objetivos Generales y específicos, en los que se especifica la importancia de la investigación.

**El Capítulo II:** Hace referencia al Marco Teórico, en el que se sistematiza la experiencia de varios autores, que han desarrollado procesos de investigación para llegar a conclusiones que permiten cimentar la atención al cliente.

**El Capítulo III:** Se especifica el proceso metodológico para el desarrollo del diagnóstico, se tomó como universo a los estudiantes de la FACAE. Para el efecto se aplicó una encuesta a estudiantes y personal administrativo, tomando en cuenta parámetros de atención al cliente y servicios que presta la facultad.

**El Capítulo IV:** En este capítulo de acuerdo a la investigación realizada y la aplicación de las encuestas a las autoridades, personal Administrativo y Secretarías de la FACAE se analizó e interpretó los resultados obtenidos.

**El Capítulo V:** Se indican las conclusiones del Trabajo de Tesis y de las encuestas realizadas, para sugerir recomendaciones a las autoridades, Talento Humano personal Administrativo y Secretarías de la FACAE.

**El Capítulo VI:** Comprende el perfil de la propuesta con el Tema “GUÍA DE TALLERES EN EL ENTORNO LABORAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, PERIODO 2015, se desarrollan las estrategias para mejorar la atención al cliente.

## **CAPÍTULO I**

### **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Antecedentes.**

En la actualidad, la globalización y en si el avance de las tecnologías de la información presentes en todos los sectores, hacen de que el ser humano constantemente busque integrarse a los nuevos métodos y técnicas que se presentan con la finalidad de ser competitivos con los nuevos retos.

A nivel mundial principalmente en los países desarrollados, como Estados Unidos se está motivando la capitación al ser humano como el capital más importante de una empresa; permitiéndose el mejoramiento de actitudes en el servicio y anticipándose a las necesidades del cliente en relación a los productos que se ofertan.

Las buenas relaciones con los clientes constituyen una ventaja competitiva real, ya que los entornos comerciales contemporáneos se perfilan cada vez más uniformes en cuanto al uso de tecnologías avanzadas de la información y comercialización de productos, pero se diferencian notablemente en el trato ofrecido a sus clientes.

En el Ecuador el servicio y calidad de atención al cliente, sigue siendo motivo de investigación y preocupación de las grandes empresas con grandes competencias, es necesario orientar a todo el personal administrativo hacia la importancia que tiene el usuario; todos los esfuerzos que se realicen dentro de la empresa, se verán reflejados en su satisfacción, logrando muchas veces sobrepasar las expectativas y percepciones planteadas.

La evaluación que tiene el cliente acerca de los servicios brindados en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (FACAE), de la

Universidad Técnica del Norte (UTN) sirvió como base para plantear la investigación y determinar las falencias que existen internamente con los funcionarios y se refleja al cliente externo a través del deficiente servicio, tomando en cuenta que es una institución de educación superior encargada de brindar asesoría en el campo conductual y académico de las personas.

Es decir, en esta institución se manejan diversas relaciones tanto internas como externas, y el buen manejo de ellas, así como la comunicación adecuada permitirá que el cliente se sienta satisfecho del servicio y se fortalezca de alguna manera la imagen institucional.

**Según Kaplan y Norton (2000) la razón para realizar un estudio del entorno laboral y la calidad de atención al cliente es:**

**“Que se asume que el desempeño de los trabajadores en cuanto a la atención depende tener relaciones armónicas entre las autoridades y trabajadores creando un buen clima laboral. Los empleados satisfechos son una condición previa para el aumento de la productividad, de la rapidez de reacción, la calidad y el servicio al cliente” (p.143).**

Hoy en día las instituciones han dejado de ser competitivas porque no se capacita internamente a los funcionarios para que establezcan un clima laboral adecuado y exista una interconexión que les permita resolver los problemas externos de una manera pacífica y dentro de los parámetros adecuados. La Universidad Técnica del Norte se ha visto afectada en la integración de nuevos trabajadores, ya que varios de los empleados antiguos se han acogido a la jubilación, estos cambios son positivos ya que el ingreso de nuevo personal fomenta un ambiente de optimismo, y cuidado de la imagen institucional. Sin embargo, todo se viene abajo cuando no encuentran el clima laboral adecuado para su desempeño

como consecuencia de esto no se cuenta con una buena atención al cliente.

La FACAE se encuentra brindando el servicio a 1784 estudiantes en el año académico 2015 – 2016 en las diferentes carreras que son: Ingeniería Comercial, Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, Ingeniería en Mercadotecnia y Economía, 81 docentes, que en muchas ocasiones solicitan un trabajo eficaz por parte de secretaría, pero no se cumple con las expectativas, por varias razones; entre ellas poco apoyo de las autoridades para asistir a cursos de mejoramiento profesional, incentivos económicos, bajo nivel educativo, poco interés por desarrollar sus actividades.

## **1.2. Planteamiento del Problema:**

Todas las instituciones trabajan por mejorar la satisfacción de sus clientes buscan incansablemente dar con la clave que ayude a los funcionarios o a quienes integran las empresas a encontrar la motivación adecuada, la capacitación requerida, unas excelentes relaciones interpersonales que les permitan atender de mejor manera al cliente y con ello reposicionarse dentro del mercado local y nacional, afianzando de alguna manera la imagen institucional.

La baja calidad de servicio y atención al cliente influye en toda la comunidad universitaria principalmente en la FACAE, en donde se debe propender al bienestar estudiantil, en donde al estudiante o padre de familia se lo haga sentir satisfecho con el servicio que ha recibido y llegue a identificarse con la institución, es así que puede decirse que cuando el servicio y la atención es de buena calidad se constituyen una herramienta para incrementar satisfacción y competitividad.

Es indispensable que internamente se busquen establecer las falencias que conllevan a bajar el nivel de calidad en la institución, para corregirlas

adecuadamente tomando medidas preventivas que coadyuven de alguna manera a lograr los objetivos deseados.

Verdaderamente el cliente, es quien determina si se está trabajando al ritmo adecuado o existen múltiples necesidades que no han sido satisfechas, y al contrario vienen generando conflictos internos y externos.

Un cliente insatisfecho y un personal con poca preparación o una institución en donde las relaciones laborales internas son malas definitivamente generan comentarios informales y negativos, dentro y fuera de la Institución, ocasionando tergiversación de información a su vez un ambiente interno malo, lo que conlleva a irradiar lo mismo al cliente externo.

Dentro de este contexto debe tomarse en cuenta a las buenas relaciones de trabajo, el conocimiento de las tareas, procesos y normas que se aplican internamente, las relaciones amistosas y basadas en valores como el respeto, la honestidad, la sinceridad, la solidaridad; ayudan a generar armonía en el personal administrativo, fomentando así la calidad y la excelencia en el servicio brindado externamente.

La adecuada atención al cliente en la Facultad es un verdadero reto para las autoridades, personal docente y administrativo, por cuanto la competencia y la falta de liderazgo, se refleja en el criterio que tienen los estudiantes y que cada día son más conscientes del poder de elección. El Gobierno Nacional ha creado nuevas instituciones de educación superior con lineamientos más concretos y efectivos que pretenden sepultar a las antiguas concepciones de educación y profesionalismo, por lo que se hace necesario conocer, indagar e implantar nuevos métodos que permitan que el estudiante se sienta a gusto e identificado con su Universidad.

El número de aspirantes a la Facultad, ha reducido enormemente, obviamente no solo es por la calidad del servicio sino también por las

pruebas del ENES en donde se ubica a los estudiantes de acuerdo a su puntaje o capacidades, sin embargo la poca demanda debe ser considerada potencial, para poder reposicionar a la Universidad Técnica del Norte como una de las mejores a nivel nacional e internacional.

Varias instituciones han optado por planes de capacitación que de alguna forma van permitiendo que tanto docentes como estudiantes se vean involucrados dentro de un contexto de desarrollo integral en donde no solo resultan inmerso el personal administrativos sino todos los agentes involucrados en el proceso educativo, este método es incluyente ayuda al docente y estudiante a formar parte de una actividad constructiva que fomenta liderazgo, participación y confianza.

El capital humano en todos los tiempos ha sido la base fundamental del desarrollo de una empresa, sin embargo hoy las instituciones por un decreto gubernamental basan su calidad con una infraestructura moderna y supuestamente adecuada para convertirse en instituciones de elite, pero se olvida por completo que lo verdaderamente esencial es el servicio, el buen trato, la satisfacción de necesidades básicas.

Es importante determinar que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente están estrechamente ligado al ambiente laboral interno que facilita las buenas relaciones interpersonales y facilita los procesos dando soluciones reales a problemas que al parecer no tienen salida.

En la FACAE, la mayoría de los estudiantes se muestran insatisfechos; por teoría hay diferentes factores que están inmersos en la satisfacción como son: poca atención, ambiente negativo de trabajo laboral, escaso apoyo institucional, ausencia de autoridades, desmotivación, resistencia al cambio; todo esto afectando enormemente a la imagen de la Universidad Técnica del Norte en general.

### **1.3. Formulación del Problema**

¿De qué manera el entorno laboral incide en la calidad de atención al cliente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte en el año 2015?

### **1.4. Delimitación del Problema**

**Unidades de Observación:** Esta investigación se realizó en la FACAE a los estudiantes y personal administrativo de la UTN

#### **1.4.1. Delimitación Espacial:**

Este trabajo de Grado se investigó en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte. Ubicada en la calle 17 de julio barrio el Olivo

#### **1.4.2. Delimitación Temporal:**

El tema propuesto se investigó durante el año 2015.

### **1.5. Objetivos:**

#### **1.5.1. Objetivo General**

Determinar cómo el clima laboral incide en la atención al cliente interno y externo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

#### **1.5.2. Objetivos Específicos:**

- Diagnosticar el entorno laboral y los factores del clima organizacional, que repercuten en la atención al cliente en la FACAE
- Recolectar información sobre el Entorno Laboral y la calidad de Atención al Cliente en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

- Diseñar una guía sobre el clima organizacional que permita optimizar la atención a los usuarios de la Facultad.
- Socializar la guía en el entorno laboral y la calidad de Atención al Cliente en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

## **1.6. Justificación**

La presente investigación servirá como un modelo o una guía para ejecutar en las diferentes facultades de la UTN que están brindando el mismo servicio y se considera tienen las mismas falencias, a fin de que se tome conciencia de cómo un conjunto de variables pueden afectar de manera directa o indirecta en la atención al cliente.

El trabajo de investigación aporta al conocimiento, ya que es innovador, se analizó la relación del entorno laboral y la calidad de atención y así reafirmar la teoría ya establecida dentro del campo de la administración, con los resultados de este estudio se plantea resolver diferentes problemas que se presentan en la institución.

El presente trabajo de investigación sirva como una alternativa para su aplicación o como factibilidad de apoyo a diferentes instituciones que deseen mantener un buen entorno laboral y por ende obtener buenos resultados referentes en la atención al cliente.

Para realizar esta investigación se contó con la autorización de las autoridades de la FACAE y la colaboración del personal docente, administrativo y estudiantil lo que garantizó la actividad de las acciones y la valoración crítica de los resultados que se obtuvieron, de igual manera los materiales a utilizarse fueron de fácil acceso, así por ejemplo existe abundante bibliografía sobre la temática investigada.

La investigación se realizó a los estudiantes de los últimos años de las Carreras de la FACAE, serán los beneficiarios, entonces se cuenta con sus conocimientos que aportaron para la realización de este tema como

Trabajo de Grado. La UTN por su Reglamentación exige un Trabajo de Grado, que generalmente es una investigación descriptiva, propositiva y que sirva al estudiante para optar por su titulación.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Fundamentación Científica**

La universidad Técnica del Norte cuenta con 30 años de vida institucional, es una Universidad joven, dinámica y emprendedora en el campo educativo, cultural, científico, con procesos de calidad en sus cuatro ejes fundamentales: docencia, investigación, vinculación y gestión, ha sido reconocida a nivel nacional y acreditada por parte del Consejo Nacional de Educación Superior. El desafío es alcanzar procesos de calidad que le permitan ser una academia que forma personas críticas, creativas, verdaderos profesionales éticos, sólidamente capacitados y comprometidos con el país. Cuenta con las Facultades de: Facultad de Educación Ciencia y tecnología, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Facultad de Ciencias de la Salud, Facultad de Ciencias Aplicadas, Facultad de Ciencias Agropecuarias y Ambientales y Varios departamentos.

La facultad de Ciencias Administrativas y Económicas es un referente de formación profesional, en el desarrollo del pensamiento, ciencia, e investigación con estándares de calidad en todos sus procesos que aporta a la transformación y sustentabilidad, cuenta con las Carreras de Ingeniería en Mercadotecnia, Ingeniería en Contabilidad y Auditoría Ingeniería en Economía, Ingeniería Comercial

##### **2.1.1. Teoría Psicológica**

###### **Teoría Cognitiva**

**PETER BERGER (1966) en su obra “CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA REALIDAD”. Considera al nivel psicológico como unificador de un mismo nivel**

**propositivo en los estudios de Servicio al Cliente, en la medida en que para ambas disciplinas se trata de explicar y comprender cómo y porqué las personas forman opiniones e ideas sobre ciertos eventos de su medio ambiente social; (Pág. 98)**

Es por ello que dentro del contexto histórico social de la educación siempre se ha hecho énfasis en las relaciones interpersonales, las mismas que facilitan la comunicación interna y externa, lo que ayuda de alguna manera a fomentar un ambiente laboral adecuado que ayude a mejorar la calidad del servicio.

Servicio al cliente es una actividad de pensar, intuir y sentir, realizadas por personas en un ámbito de organización en el mundo del derecho y las ciencias forenses. La presente investigación se encuentra basada en un proceso planificado y enmarcado dentro del rigor del método científico, presente en toda investigación para descubrir, generalizar, profundizar y comprobar conocimientos. Para el estudio del presente trabajo se tomó como base algunos estudios que tienen relación con el problema de investigación planteado, los cuales sirven como antecedentes y que están orientados a permitirnos un análisis de los datos empíricos y percepciones prácticas que se asumen las siguientes conclusiones:

- En la Facultad, el conocimiento del entorno laboral se considera importante, ya que se basa en la influencia que éste tiene sobre el comportamiento de los trabajadores.
- Es necesario que la Facultad conozca las metas, ideales y aspiraciones personales que tienen sus empleados logrando con ello confianza y que aporten más de sí en la institución.
- Cuando el trabajador más conoce a su institución, sus conocimientos permitirán mejores y mayores resultados.

Una vez revisada la teoría del entorno laboral se encontró factores que pueden influir en la percepción del mismo tomando en cuenta lo anterior y

de acuerdo con el instrumento de recolección de información que se utilizó para el presente trabajo, se identificaron factores positivos y negativos que pueden afectar de manera significativa el entorno laboral.

Factores positivos como la comunicación, integridad, compromiso, felicidad, voluntad, logro, honestidad y productividad; deben tratar de mantenerse, facilitarse y estimularse dentro del ambiente en el que se desarrolla el trabajo de la Facultad, factores negativos como la inconformidad, malicia, melancolía, estos deben ser mejorados, limitar su campo de acción, es decir, disminuir su fuerza ya que no podrán ser eliminados del todo.

Al identificar los factores críticos se analizó cada uno de ellos y se determinaron como afecta de manera distinta para algunos trabajadores, los factores tales como integridad, compromiso y honestidad no los consideran importantes para el perfil del trabajador, así como también dan por hecho que el trabajo es una necesidad y por tanto, la felicidad se ve afectada porque no pueden lograr una satisfacción profesional total; la productividad es percibida por los empleados en términos monetarios o tangibles y no en términos de alcance de logros o metas.

La percepción de los trabajadores hacia estos factores afecta su comportamiento y actitud en la Facultad la forma en que interactúan con sus compañeros de trabajo, establecen sus metas u objetivos y cómo los alcanzan, algunos de los factores son parte esencial y se requieren para el desarrollo del puesto de trabajo; tal es el caso de compromiso, integridad, entre otros y a su vez involucran otros subfactores que forman parte de la conducta y valores de las personas de manera que si los trabajadores perciben circunstancias o situaciones potencialmente amenazadoras para ellos, les puede llevar a realizar acciones que afectarán de manera directa su desempeño en la Facultad.

### **2.1.2. Teoría Sociológica**

Teoría Socio-crítica que está relacionada con el tema de investigación, que indica que la base de los conocimientos son las experiencias anteriores para generar nuevos, tiene como fundamento a la sociedad en la que se recibe, selecciona, transforma y organiza.

**Para Macgraw-Hill (1992) considera que se debería seguir un proceso planificado y enmarcado dentro del rigor del método científico, para descubrir, generalizar, profundizar y comprobar conocimientos. (Pág. 107)**

Entre las teorías que aportaron al tema es la teoría sociológica el factor felicidad está afectando ya que obstaculiza la iniciativa de los empleados para interactuar y mantener relaciones no solamente de tipo laboral sino también social y provoca que busquen alcanzar logros y metas de manera individual; no fomenta el trabajo en equipo ni ayuda al crecimiento de la institución, sin embargo, la escasez de integridad no permite a los trabajadores llegar a sus metas ya que debido a su carácter endeble, si se presenta una situación difícil prefiere evadirla, con base a la información obtenida a través de las encuestas realizadas únicamente a los empleados pertenecientes al área de secretaría y de acuerdo al análisis que se realizó a la misma, se presentan una serie de recomendaciones a la organización a nivel de la Facultad y de las secretarías que la componen.

De acuerdo al análisis del personal de secretaría su entorno laboral es apto para el desarrollo del trabajo por lo cual, se recomienda a las autoridades promover los factores que hicieron que las acciones y políticas fueran percibidas apropiadamente por los empleados hacia las secretarías, por otro lado, se encontraron ciertas deficiencias y se recomienda a la dirección implementar nuevas técnicas de motivación, revisar su programa de incentivos, promover el trabajo en equipo y la colaboración para lograr el alcance de objetivos.

### 2.1.3. Entorno Laboral

Otra apreciación constituye el hecho de que el Entorno Laboral en la Facultad, está fundamentado en los canales de comunicación que la organización dispone a sus miembros, así como la confianza mutua. La preocupación para que los colaboradores crezcan profesionalmente y no solo el éxito profesional en forma cuantitativa, sino que también se miden los grados de superación obtenidos en un determinado período, entregándole las herramientas necesarias para que el colaborador adquiera las competencias y conocimientos imprescindibles para su desarrollo.

Las Autoridades de la Universidad, las asociaciones de empleados y trabajadores de la Universidad siempre están preocupados por la buena calidad de vida de los trabajadores, es otra preocupación común de la Universidad que se destaca por poseer un buen clima laboral, ya que en varias de estas organizaciones con este fin han efectuado cursos para capacitar a las personas en el buen uso del recurso tiempo, premiando a los colaboradores que se destacan en lograr el equilibrio trabajo – vida personal.

Otra de las variables en estudio es la atención y trato al cliente, aspecto directamente relacionado con el marketing relacional y cuyo manejo permitirá a las organizaciones lograr mejores resultados en el mercado, marcando una diferencia con sus competidores directos e indirectos,

**Así tenemos el trabajo de Nora Lucía Vanegas Berganza (2004), en su obra: “LA IMPORTANCIA DE ELABORAR E IMPLEMENTAR UNA CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE PARA BRINDAR UN SERVICIO CON CALIDAD”** quien manifiesta luego de sus indagaciones que el servicio al cliente es una importante herramienta para mantener e incrementar su prestigio, hoy en día el buen

**manejo del mismo debe ser prioritario en las instituciones, si quieren garantizar su éxito. (Pág. 130)**

Dentro de una institución existen múltiples momentos de contacto con el cliente, estos momentos de verdad definen la satisfacción o insatisfacción con el servicio, por esto las instituciones educativas deben conocer y saber en qué momento serán satisfechos. La elaboración de una guía fácil y sencilla que se aplique dentro en la Facultad, facilitará la transmisión al personal para su implementación.

La implementación de una cultura para brindar un servicio con calidad al cliente debe estar liderado por las autoridades ya que son ellos la base de la institución son quienes velan por brindar al cliente interno lo mejor; esto a su vez cae en la satisfacción de los empleados. Si se tienen empleados satisfechos, se tiene empleados leales; esta lealtad garantiza la productividad de los mismos; lo que al mismo tiempo dará valor al servicio; este valor agregado se reflejará en la satisfacción del cliente externo.

**MARTÍNEZ Alcides (2002) en su obra “LA SOCIEDAD Y SU ESTRUCTURA”. MANIFIESTA: La sociedad de la información que está en tránsito de constituirse y que promete unos nuevos paradigmas sociales, culturales y económicos, trae consigo un elemento fundamental: su base técnica, la aplicación de una nueva noción de información en los procesos sociales y la modificación consecuente de la estructura social. (Pág. 112)**

De lo expuesto, se puede entender que definitivamente se debe avanzar en el tiempo y estar inmersos en lo que ofrece la tecnología para cada día innovar la información, está determinada por factores que dependen de la personalidad misma del individuo, sus aspiraciones, su grado de atención y aplicación, sus intereses y motivaciones.

La sociedad de la información tiene como características la puesta en marcha de mecanismos técnicos y sociales con una capacidad de almacenamiento, manejo, manipulación, transformación y clasificación de la información como nunca antes podría la humanidad imaginarlo.

#### **2.1.4. La Comunicación Institucional**

**SCHREINER RIVERA (2004) en su obra ANÁLISIS DE CLIMA LABORAL DE FORD concluye entre otros aspectos que: la comunicación organizacional es el flujo de información que se da en una organización, tanto en su estructura interna como externa, pues dentro de la misma se enfocan diferentes conceptos y usos que nos ayudan a entender las principales teorías de la comunicación organizacional. (Pág. 120)**

Se ha demostrado que tener una óptima comunicación es la clave tanto para el desempeño y valor agregado de los empleados, como para la competitividad de la FACAE, ya que la comunicación abarca áreas como la satisfacción, motivación, liderazgo, retroalimentación, entre otras. Se identificaron los principales problemas que existen en la FACAE, se conoció el grado de satisfacción, motivación, comunicación, liderazgo, retroalimentación y trabajo en equipo, y en base a esto se realizó la propuesta.

#### **2.1.5. La Comunicación Organizacional**

La comunicación organizacional, es un tema nuevo para muchas instituciones; por lo que este concepto no se ha entendido completamente ya que la idea que se tiene normalmente es producir y obtener mayores ganancias, lo cual es correcto pero dejan a un lado los problemas internos de las instituciones y al omitir estos las pérdidas pueden ser mayores que las ganancias ya que si el personal no está a gusto con su trabajo, no tiene “bien puesta la camiseta”, no se siente motivado, con el ambiente

que lo rodea, etc., caerán en la mediocridad y el rendimiento productivo será mucho menor.

Por lo tanto, mientras más atendido se sienta el personal mejores resultados se obtendrán, no sólo pueden ser económicas, sino que existen muchas maneras de motivar al personal aparte de una remuneración económica.

### 2.1.6. El liderazgo Institucional

Gráfico 1. Liderazgo Institucional



Elaborado por: Verónica Cerda

En este contexto se desprende la necesidad de contar con líderes que sean capaces de lograr en el individuo una actitud positiva, un sentido de pertenencia, un compromiso con la institución y lograr motivación en su trabajo; la forma de ejercer este liderazgo debe ser dinámica, en el sentido de que debe adaptarse según las necesidades que vayan surgiendo en los equipos, debe ser capaz el líder de lograr mayor autonomía en el trabajo del personal con la finalidad de aumentar su confianza y así lograr mayor productividad.

**En el trabajo “*Liderazgo y su influencia sobre el Clima Laboral*” de los autores Juan Clerc A, Angélica Saldivia B., Marisela Serrano G;(2000) se llega a la conclusión de que para obtener un buen clima laboral es necesario**

**favorecer y fomentar las buenas relaciones interpersonales dentro del equipo de secretaría y que es la base del buen funcionamiento con el propósito de incrementar el capital humano y así sentirnos satisfechos con nuestro trabajo y transmitir este sentimiento hacia nuestros usuarios. (Pág. 98)**

El proceso de toma de decisiones debe ser una instancia participativa, donde se consideren los distintos puntos de vista del personal, de manera que las decisiones finalmente sean fruto del consenso del equipo, con lo cual se mejora la valoración personal de cada integrante y el sentido de pertenencia hacia éste, y no una decisión impuesta por un líder autoritario.

Además es de suma importancia el trabajo en equipo y para que éste funcione bien, es necesario tener claro lo que se quiere lograr; reconocer qué labores puede desarrollar cada uno de sus miembros según sus capacidades de manera tal que se pueda lograr una mayor satisfacción en ellos, y de esta forma lograr los objetivos y metas propuestas en forma más eficiente; un buen líder es capaz de guiar, motivar y estimular las capacidades y habilidades individuales para lograr los objetivos de la Facultad.

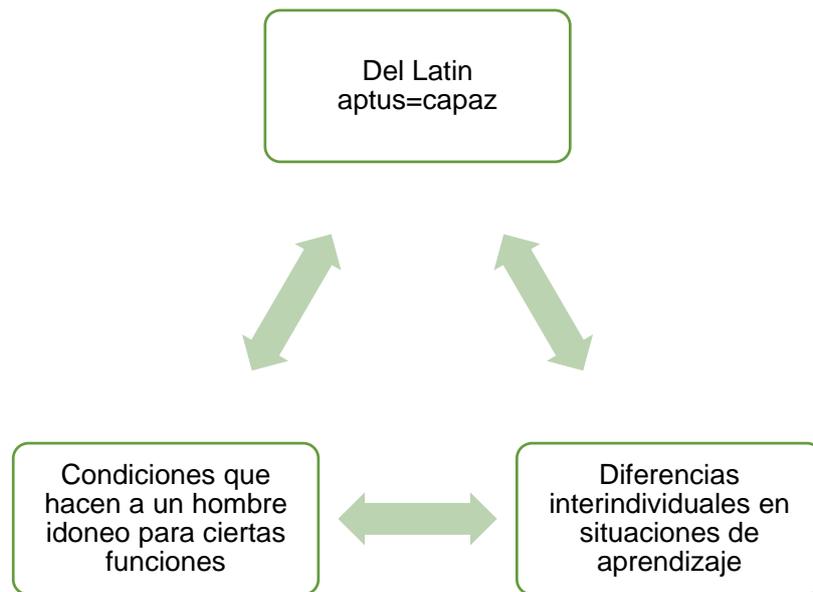
Un trabajo importante que relaciona el entorno laboral y la productividad de los trabajadores es el titulado "*Entorno organizacional y su relación con la productividad laboral*" de TORRECILLA, Oscar Donato, quien llega a la primera conclusión "Las instituciones donde se trabaja son las mejores en donde se atiende al cliente" así mismo puede tomarse una expresión de la revista Fortune, que resulta muy adecuada para ilustrar lo mencionado, se señala que "la alegría se contagia y es una buena inversión".

La prueba de lo expuesto en líneas anteriores, es que las instituciones más rentables a la hora de invertir son aquellas en las que las personas utilizan sus recursos humanos de forma más eficiente y organizada. El

líder debe ser un ser humano inteligente que logre transformar un grupo de personas normales en funcionarios o servidores públicos o privados en seres extraordinarios que faciliten los procesos y permitan de alguna manera satisfacer las necesidades de los clientes.

### 2.1.7. Aptitud

Gráfico 2. Aptitud



Elaborado por: Verónica Cerda

Debe tomarse en cuenta que según las definiciones que se exponen en el gráfico la aptitud es una característica humana que permite relacionar la capacidad o habilidad de intercomunicarse humanamente con las relaciones laborales determinadas.

Es decir, se hace énfasis a la aptitud con las características específicas que poseen las personas para poder incrementar su efectividad dentro del ambiente laboral.

Las aptitudes están relacionadas con una amplia variedad de capacidades competenciales, todas ellas relacionadas con las diversas habilidades lógico-matemáticas:

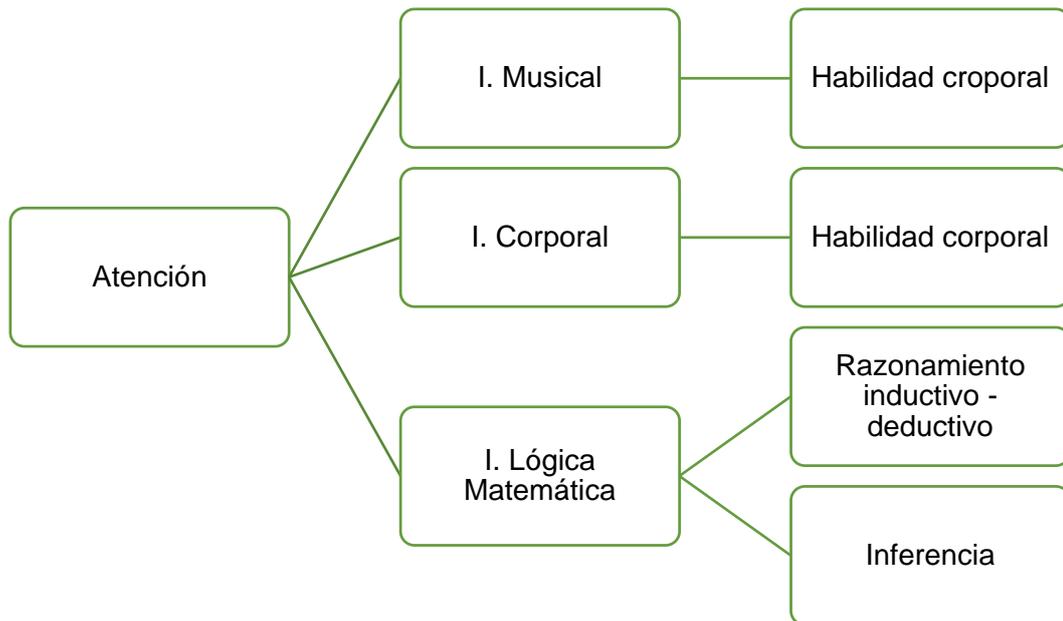
Gráfico 3. Aptitudes



Elaborado por: Verónica Cerda

Las aptitudes se encuentran estrechamente relacionadas con las inteligencias o desarrollo de habilidades humanas, es decir cada persona es hábil o tiene capacidad para una actividad específica esto ayuda a desenvolverse adecuadamente en su ambiente y en su trabajo.

Gráfico 4. Atención distribuida



Elaborado por: Verónica Cerda

Dentro de lo expuesto se pueden citar más ejemplos de habilidades desarrolladas dentro de cada inteligencia, sin embargo es de rescatar que no todas las personas manejan todas las habilidades juntas ni tampoco existen personas que no son diestras en nada, es solo que no han puesto atención en descubrir cuál es la aptitud o destreza que desarrollan con más facilidad y enfocar su vida profesional estrictamente a lo que mejor saben hacer, para así sentirse cómodos y poder realizar su trabajo eficientemente.

**LILLIAN Doris (2008). En el Manual de la secretaria expone: Si bien las aptitudes están relacionadas con el respeto la tolerancia y el amor, también se debe tomar en cuenta los rasgos que la conforman para poder definir la aptitud de una persona ya que esta se ve afectada por el objetivo propio de la misma que define el interés, sus objetivos y la creatividad que conlleva a las habilidades y capacidades (las antes mencionadas) adquiridas y desarrolladas. (Pag.237)**

El ser humano va desarrollando a lo largo de su existencia las diversas habilidades que posee, por necesidad, por interés, o simplemente por casualidad, la importancia radica en hacer lo que a cada uno le gusta. Se debe tomar en cuenta que el ser humano dentro de sus relaciones interpersonales únicas y diarias relaciona diferentes aprendizajes satisfaciendo algunas necesidades con mayor facilidad que otras.

Una persona es hábil para algunas cosas y otras se le dificultan más porque no ha desarrollado definitivamente este tipo de situaciones o porque no sabe cómo manejarlas adecuadamente.

### **2.1.8. Actitud**

**“Es la forma de actuar de una persona, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las cosas.” EISER (2010). Pág. 1**

La actitud en si debe tomarse en cuenta como una motivación, es decir cómo se reacciona dentro del medio social circundante, por ello es necesario que de alguna forma se necesite de un factor externo o biológico que la presione.

La actitud responde a estímulos internos y externos que generan respuestas positivas o negativas. Se deben específicamente a la personalidad de cada ser humano.

### **2.1.9. Componentes de la actitud.**

Componente cognoscitivo: es decir el conocimiento previo, las concepciones o experiencia de tal o cual cosa generaran una reacción frente a un estímulo.

Componente afectivo: es el apego o sentimiento que despierta tal cosa sobre un hecho o un objeto.

Componente conductual: Es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera.

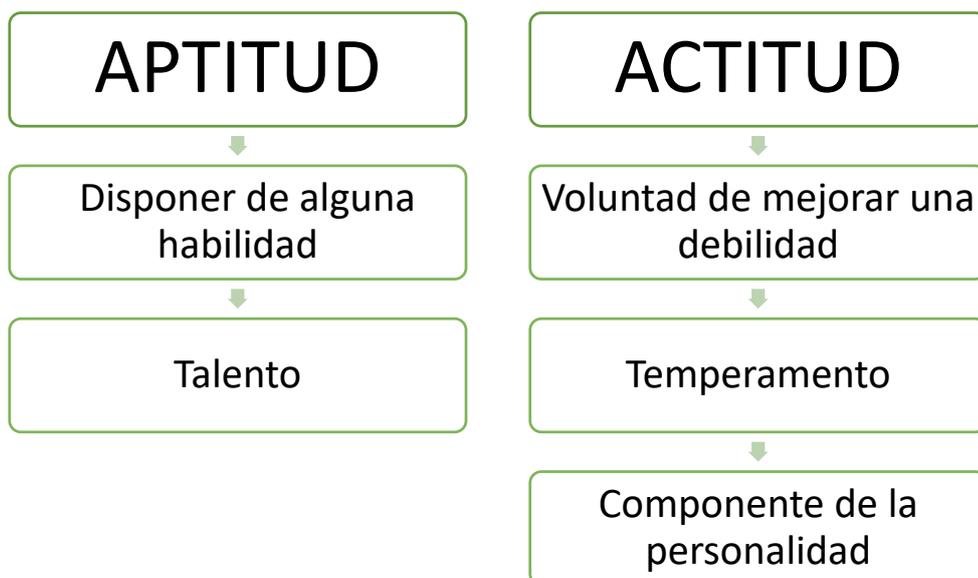
**Para explicar la relación entre actitud y conducta, Fishbein y Ajzen, (1980, citado en Rodríguez “Han desarrollado una teoría general del comportamiento, que integra un grupo de variables que se encuentran relacionadas con la toma de decisiones a nivel conductual, ha sido llamada Teoría de la Acción Razonada.” (pág. 2)**

### 2.1.10. Las funciones de las actitudes

Muchas veces la actitud y la aptitud se usan indistintamente cuando son conceptos muy diferentes. La aptitud depende específicamente del desarrollo de habilidades y destrezas de cada persona y la actitud en cambio es un trastorno de carácter

Se dice que la aptitud tiene más que ver con los atributos técnicos, independientemente de su actitud. Lo que está claro es que ambas están relacionadas con la competencia.

Gráfico 5. Aptitud- actitud



Elaborado por: Verónica Cerda

Puede entonces concluirse que la actitud es meramente temperamental, todo aquello que se aduce a la forma de ser de una persona, cómo reacciona o que hace frente a diversos estímulos.

La aptitud en cambio es una habilidad o un talento humano que permite resolver conflictos.

#### **2.1.11. Tipos de actitudes**

**Según Francois Frederic (1986) se definen las siguientes actitudes:**

#### **2.1.12. Actitud Emotiva**

Cuando dos personas se tratan con afecto, se toca el estrato emocional de ambas. Esta se basa en el conocimiento interno de la otra persona, el cariño, el enamoramiento y el amor son emociones de mayor intimidad que van unidas a una actitud de benevolencia.

#### **2.1.13. Actitud Desinteresada**

Esta no se preocupa, ni exclusiva ni primordialmente, por el propio beneficio, sino que tiene su centro de enfoque en la otra persona y que no la considera como un medio o instrumento, sino como un fin, está compuesta por cuatro cualidades: Apertura, Disponibilidad, Solicitud y Aceptación.

#### **2.1.14. Actitud Manipuladora**

La actitud de una secretaria debe ser de amabilidad en la atención que se otorga al cliente, no tiene como meta la búsqueda de un beneficio propio.

#### **2.1.15. Actitud Interesada**

Puede considerarse como la consecuencia natural de una situación de indigencia del sujeto: cuando una persona experimenta necesidades

ineludibles, busca todos los medios posibles para satisfacerlas; por ello ve en las personas como un recurso para lograrlo.

#### **2.1.16. Actitud Integradora**

La comunicación de sujeto a sujeto, además de comprender el mundo interior del interlocutor y de buscar su propio bien, intenta la unificación o integración de las dos personas.

### **2.2. La secretaria en la institución**

**Según ZAPATA Imelda, (2010) afirma que: El secretariado es una función esencial en cualquier tipo de actividad empresarial, tanto en el mundo de los negocios como en la industria o en las profesiones liberales. La secretaria contribuye al eficaz funcionamiento de una empresa mediante su trabajo discreto, ordenado y metódico. (Pág.34)**

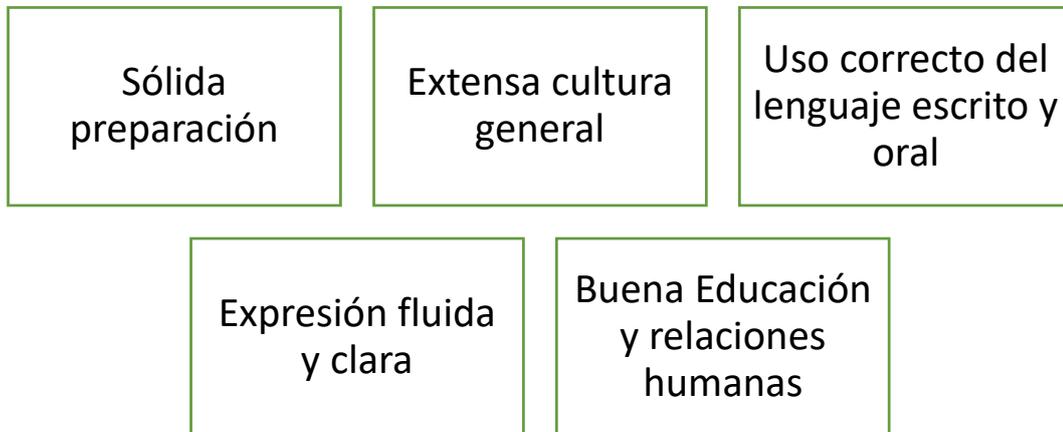
#### **2.2.1. La secretaria**

Es la encargada directa de cumplir y hacer cumplir los objetivos de la empresa, pues en ella recae la responsabilidad directa de observar todo lo que se realiza y analiza las falencias internas y externas. Su trabajo es organizar, y llevar un registro eficaz de los procesos necesarios para satisfacer las necesidades de los usuarios.

#### **2.2.2. Conocimientos Básicos que Debe Poseer una Secretaria**

Una secretaria debe relacionar sus conocimientos profesionales no solo con el campo administrativo sino también dentro del campo humano, pues es la secretaria quien realiza los contactos tanto internos como externos, es la imagen de la empresa, quien puede asumir sus funciones tan delicadas con carisma o a su vez dejarlas hasta que el cliente se sienta insatisfecho.

Gráfico 6. Conocimientos secretaria



Elaborado por: Verónica Cerda

Dentro del ámbito profesional la secretaria es la encargada de dar un buen uso o canalizar de manera adecuada toda la información y requerimientos que son atendidos por ella, ahí radica la importancia de que conozca a cabalidad los procesos a fin de satisfacer las necesidades del usuario o cliente.

No es suficiente con que tenga una buena instrucción si no que se debe conocer y dar a conocer los objetivos de la empresa, en que está basada su política y que se espera de ella, así como unas excelentes relaciones humanas y don de gentes. La secretaria debe tener conocimiento de algunas técnicas como: Digitación Ofimática, Ortografía y Gramática, Archivo, Idiomas Extranjeros, Matemática Financiera y Contabilidad.

### **2.2.3. Funciones de la Secretaria**

La función secretarial en el ambiente de la oficina actual ha evolucionado espectacularmente con la aplicación de alta tecnología y con los cambios de actitud hacia los empleados administrativos; además de trabajar con eficacia en las tareas de oficina, son capaces de actuar con responsabilidad e independencia.

Una descripción de su cargo abarcaría probablemente las siguientes funciones:

Gráfico 7. Funciones de la secretaria

Representar personalmente al jefe, organizar su agenda, preparar la correspondencia y coordinar sus actividades.

Servir de enlace en las actividades internas y externas de la oficina

Investigar y reunir datos para presentar informes

Asistir a reuniones en representación de su jefe. Organizar conferencias y reuniones

Atiende y filtra visitas y llamadas telefónicas. Transcribir documentos dictados o registrados

Organizar viajes y planificar itinerarios. Redactar el orden del día y las actas en las reuniones. Supervisar a los empleados

Elaborado por: Verónica Cerda

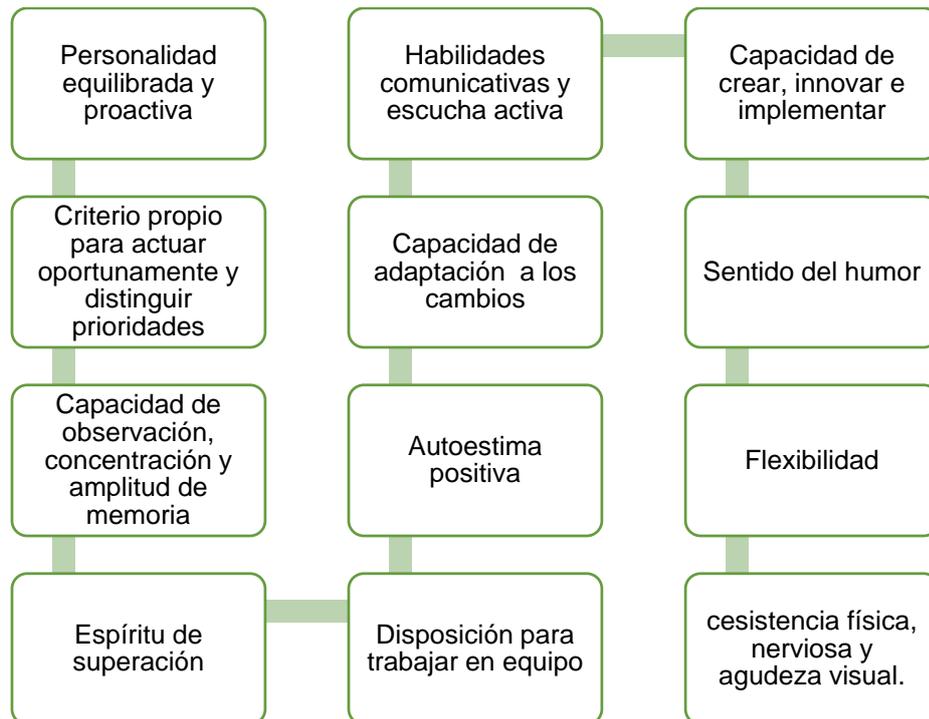
Fuente: ZAPATA, Imelda. "Manual de la secretaria eficiente" Volumen 1.

La secretaria cumple funciones específicas de administración y contacto entre el jefe y el mundo exterior como son. Clientes y proveedores; aquí radica la importancia de su preparación y don de gentes, ya que mediante un trabajo adecuado podrá fortalecer la imagen institucional.

#### **2.2.4. Nuevo Perfil de la Secretaria/o y Asistente Administrativa/o.**

**Para ZAPATA Imelda (2010). Considera que el perfil del secretario o asistente administrativo se establecerá dentro de las siguientes características:**

Gráfico 8. Perfil del secretario



Elaborado por: Verónica Cerda

### 2.2.5. Normas para Evitar la Mala Imagen

La imagen personal cuando se labora en una institución pública o privada debe ser impecable es decir, la imagen habla mucho acerca de la personalidad del ser humano. La responsabilidad es inmensa ya que todo aquel que se encuentra involucrado en una institución sea cual sea su función siempre deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ No comer en la oficina, y mucho menos masticar chicle
- ✓ No dejar en su escritorio recipientes de líquidos que haya tomado
- ✓ No debe maquillarse ni peinarse en su sitio de trabajo
- ✓ No pintarse las uñas
- ✓ No usar pañuelos en la cabeza, ni gorros
- ✓ No utilizar anteojos de fantasía, ni vidrios de color
- ✓ No fumar cigarrillos en la oficina
- ✓ Procure tener siempre el cabello arreglado

Fuente: ZAPATA Imelda. "Manual de la secretaria eficiente" Volumen 1.

## **2.2.6. Imagen Personal**

Las relaciones con el público son una de las actividades más importantes en una oficina es por lo tanto indispensable que los visitantes tengan una buena impresión del empleado y de las demás personas a quienes acuden para ser atendidos.

**Tomar en cuenta que la oficina no es un lugar de distracción, ni tampoco una elegante fiesta, una manera apropiada para bien en la oficina es el aseo personal y el cuidado de la ropa para lo cual debe poner mucha atención de las siguientes sugerencias: CEDEÑO, Gardenia: Módulo de Asistencia Ejecutiva” (Pág.20)**

### **2.2.6.1. 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 forma de vestir de la secretaria transmite un mensaje a sus compañeros de oficina. CEDEÑO, Gardenia: Módulo de Asistencia Ejecutiva” Pág. 21**

**La secretaria es la primera imagen del cliente externo, al ver el cliente como se encuentra vestida la secretaria puede ya tener un panorama específico de qué tipo de institución se trata y cómo será su servicio.**

### **2.2.6.2. El Calzado**

**Los zapatos deberán ser cómodos y de tacón no muy alto, procurar tener calzado de colores básicos que vayan con toda su ropa: negros, cafés y azules.**

**CEDEÑO, Gardenia: Módulo de Asistencia Ejecutiva”  
Pág. 22**

**Es importante que en las empresas se maneje un uniforme a fin de dar una imagen de organización y respeto, así se evitaren extravagancias y el uso de un atuendo inadecuado que le permitirá sentirse más cómodo y desempeñarse con más eficiencia.**

#### **2.2.6.3. El Baño Diario**

**Cuando se trabaja con otras personas en una oficina la falta de aire crea problemas, hay que tomar precauciones como la costumbre del baño diario complementada con el uso de desodorante. CEDEÑO, Gardenia: Módulo de Asistencia Ejecutiva”. Pág.22**

**El aseo es una herramienta básica del buen servicio, el olor a limpio, la frescura de un buen baño, permite que el ser humanos e sienta fortalecido y con más energías.**

#### **2.2.6.4. El Peinado**

**Se debe peinar pero sin exageraciones, lo más indicado es un peinado sencillo, elegante y discreto. CEDEÑO, Gardenia: Módulo de Asistencia Ejecutiva” Pág. 23**

**Las extravagancias son aquellas que pueden dar lugar a un servicio inadecuado ya que el personal se encontrara más pendiente de su peinado que del trabajo que está realizando.**

#### **2.2.6.5. Los Cosméticos**

**El maquillaje debe complementar la vestimenta, resaltar los rasgos de la cara pero no llamar la atención con una**

**desagradable mezcla de cosméticos. CEDEÑO, Gardenia. “Módulo de Asistencia Ejecutiva” Pág.22**

Sería algo descabellado encontrarse con una secretaria que de una imagen de encontrarse exageradamente maquillada, el maquillaje es algo que ayuda a mejorar la presencia pero no se debe exagerar en su uso, pues esto incomodaría de alguna manera a las demás personas.

### **2.2.7. La Calidad**

La calidad será un problema siempre que no exista un compromiso por parte de todos los involucrados, cuando se carece de educación, formación y cuando no se practique todos los días; los principios y valores del trabajador.

**En la investigación de Luis Oswaldo Pérez Flores que lleva por nombre “MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE E IMPLEMENTACIÓN DE CONTROLES DE CALIDAD PARA UNA UNIVERSIDAD DE VENTAS, DECORACIONES Y SERVICIOS”. (2008). Asume que para crear una institución competitiva en el mercado es necesario incluir estrategias y planificación de atención al cliente, para lograr su satisfacción Pág. 235**

En una institución educativa de formación profesional como es la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas lo más importante es el cliente, se debe atender oportunamente y el deseo de cubrir su necesidad. La administración de la calidad total tiene varias dimensiones; el diseño de productos que cumplan con las necesidades de los estudiantes, el control de los procesos para asegurar y cumplir con los requisitos y el mejoramiento de la calidad para que crezca continuamente la institución, es un reto, implementar la calidad para que el cliente se sienta satisfecho con la atención recibida.

La elaboración de procedimientos, orienta a los empleados a seguir con los procesos de servicio comprometiéndolos con la Facultad y de esta forma llegar a cumplir con los objetivos, valores y metas personales y con la institución; los pasos a seguir en la presentación de los servicios, incluyen desde los hábitos de cortesía, forma de actuar, profesionalmente ante las necesidades del cliente, escuchar atentamente al mismo, comprometiéndose con sus necesidades, utilizar el lenguaje adecuado y sencillo de acuerdo a sus necesidades y expectativas. Es importante que la institución presente una imagen hacia el mercado, debe existir en todos los empleados actitud de colaboración y mucha atención al cliente; es necesario crear políticas de atención para crear satisfacción día tras día.

Reducir las filas de espera para mejorar la prestación de servicios es realmente importante ya que con ello se logra cumplir con las expectativas aumentando de esta manera su satisfacción. Finalmente, Elizabeth Mercedes Gil Sandoval, en su investigación sobre “EVALUAR LA ATENCIÓN DEL CLIENTE DE UNA INSTITUCIÓN O ENTIDAD DEL MEDIO”; la FACAE, debe implementar las propuestas de mejora para los trabajadores, con la finalidad de mejorar la atención que brindan de regular a una muy buena; debe fortalecer su proyección social, para no perder la imagen posesionada en el norte del país.

Realizar continuas promociones y un mejoramiento constante de la atención al cliente, mediante campañas publicitarias y dar a conocer la calidad de atención con que cuenta la Facultad.

#### **2.2.8. Clima Organizacional**

La interacción humana de la Facultad es lo que marca la diferencia en el tipo de servicio o la atención que se brinde a los clientes; aunque cada día es más evidente el esfuerzo por contratar personas competentes para ser más eficientes; el clima organizacional es considerado como el medio ambiente humano y físico, en el que se desarrolla el trabajo cotidiano y que influye en la satisfacción y por lo tanto la productividad; está

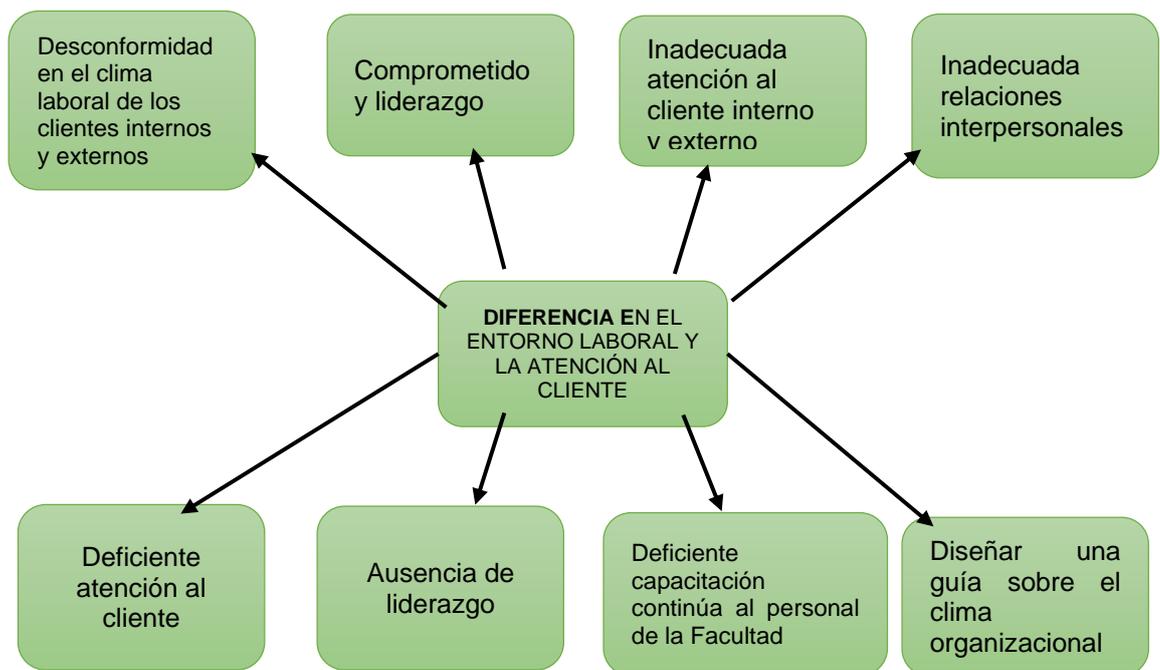
relacionada con el “saber hacer” del directivo, con el comportamiento de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse.

### 2.2.9. El Clima Organizacional desde Diferentes Enfoques

Los sentimientos psicológicos del clima reflejan el funcionamiento de la Facultad, por ello este ambiente interno puede ser de confianza, progreso, temor o inseguridad; por tal razón, la forma de comportarse de un individuo en el trabajo no depende solamente de sus características personales, sino también de la forma en que éste percibe su clima de trabajo y los componentes de su organización.

Al no existir un consenso en cuanto al significado del término “clima organizacional” las definiciones giran alrededor de factores organizacionales puramente objetivos como estructura, políticas y reglas, hasta atributos percibidos tan subjetivos como la cordialidad y el apoyo. Con el propósito de tener una idea amplia sobre la definición de clima organizacional se ha realizado un análisis desde diferentes enfoques, los mismos que han sido propuestos por varios autores.

*Gráfico 9 Enfoques del Clima Organizacional*



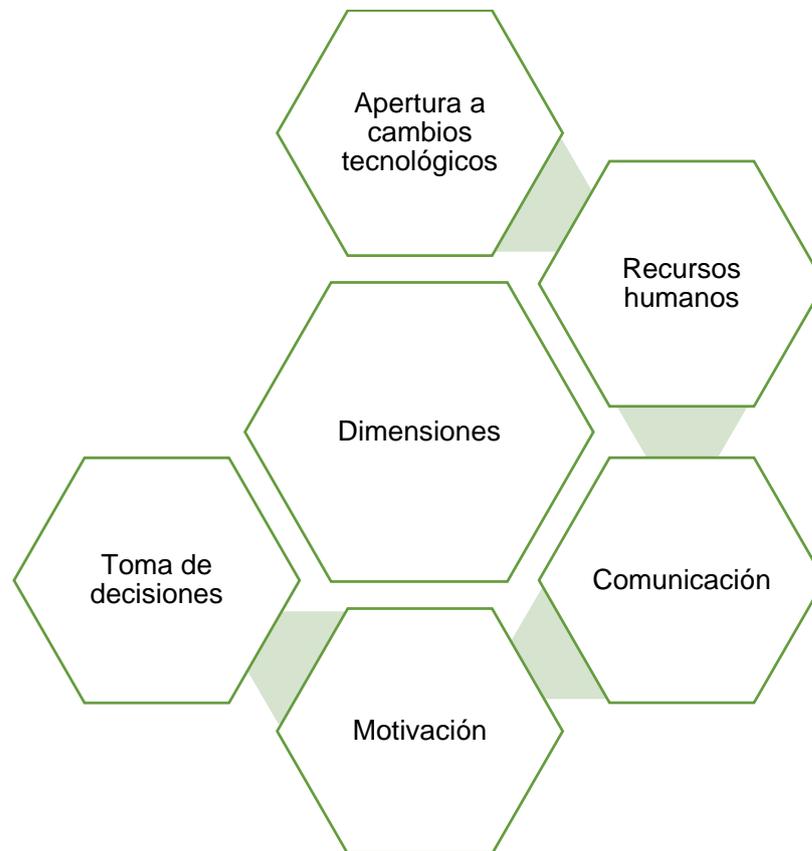
Autora: Verónica Cerda

## 2.2.10. Dimensiones del Clima Organizacional

Las dimensiones del clima organizacional son las características susceptibles de ser medidas en una organización y que influyen en el comportamiento de los individuos.

**Por esta razón para llevar a cabo un estudio de clima organizacional se ha considerado necesario conocer las dimensiones que han sido investigadas, (Bowers y Taylor, 1997), Pág. 100 de la Universidad de Michigan, los mismos que proponen 5 dimensiones:**

Gráfico 10. Dimensiones del clima organizacional



Elaborado por: Verónica Cerda

El clima de una organización en diversas dimensiones ayuda a que el ser humano vaya haciendo un trabajo integrado con sus compañeros de trabajo, la tecnología es una puerta amplia y diversa que permite diferentes tipos de inserciones y progreso en diversas áreas. Ayudando

así a mejorar el rendimiento y facilitando el trabajo de los funcionarios, pero sobre todo ahorrando recursos convirtiéndose así en una fortaleza para la empresa.

Los recursos humanos o capital humano no siempre ha sido un tema de preocupación sin embargo si es un tema latente que permite organizar a los funcionarios a fin de mejorar la rentabilidad o productividad en una institución.

La comunicación es una herramienta base de todos los procesos, el mantener una comunicación adecuada o efectiva facilita todo tipo de trabajo permitiendo buenas relaciones y sobre todo mejorando el clima laboral.

La motivación son aquellas condiciones o circunstancias que permiten de alguna manera fomentar el trabajo efectivo dentro de la empresa.

La toma de decisiones finalmente evalúa la información y los recursos disponibles dentro de la institución.

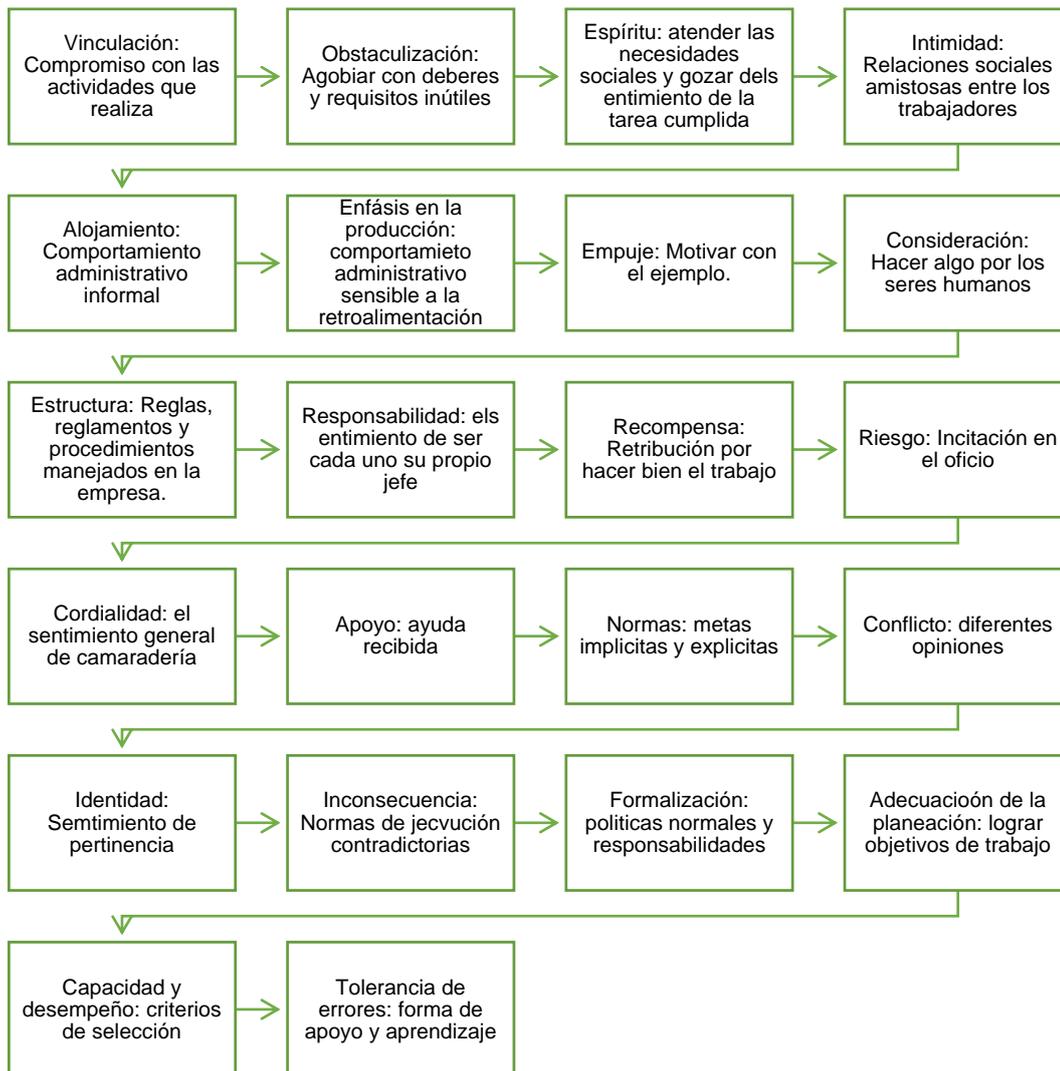
#### **2.2.11. Importancia del Clima Organizacional en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**

El clima organizacional implica una referencia constante de los miembros respecto a su estadía en la Facultad; el sistema organizacional, como decisiones, constituye el tema de reflexión sobre el que se construye la definición de clima organizacional; en otras palabras, el clima puede constituirse como una auto-reflexión de la organización acerca de su porvenir.

#### **2.2.12. Funciones del Clima Organizacional**

Varios autores se refieren sobre este tema que, el clima organizacional dentro de una empresa cumple un sin número de funciones, entre las más reconocidas tenemos:

Gráfico 11. Funciones del clima organizacional



Elaborado por: Verónica Cerda

### 2.3. Posicionamiento Teórico Personal

La Teoría que orienta la investigación es la teoría psicológica, por cuanto el servicio al cliente es una actividad en la que se debe pensar, intuir y sentir la necesidad del cliente y en la Teoría Sociológica por cuanto el factor de servir y mantener excelentes relaciones no solamente con el personal administrativo sino con clientes internos y externos para alcanzar logros y metas para el crecimiento institucional

En la investigación se determinaron que medir el clima organizacional es un intento por captar la esencia, ambiente, orden y patrón de una institución, esto implica que los integrantes den sus opiniones con respecto a los diversos atributos y elementos de la organización.

El posicionamiento teórico comprendió varios elementos: Planteamiento del modelo teórico, definición de conceptos, selección de técnicas, y de teorías, de acuerdo con los fundamentos teóricos y metodológicos propuesto en las teorías socio- críticas sociológicas, psicológicas puede decirse que la medición de clima organizacional a través de instrumentos se orienta hacia la identificación y el análisis de aspectos internos de carácter formal e informal que afectan el comportamiento de los empleados debido a las percepciones y actitudes que tienen sobre el clima de la organización y que influyen en su motivación laboral.

Así el objeto específico de tal medición es hacer un diagnóstico sobre la percepción y la actitud de los empleados frente al clima organizacional a partir de las dimensiones elegidas por el investigador; así mismo, señalar e identificar aspectos de carácter formal e informal que caracterizan a la Facultad y que producen actitudes y percepciones en los empleados que inciden en sus niveles de motivación y eficiencia.

#### **2.4. Glosario de Términos:**

**Globalización.-** Es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

**Intangible.-** En el mundo empresarial se refiere a los "servicios" como productos intangibles, ya que no se pueden tocar o no son visibles fácilmente, de ahí que se utilizan determinados elementos para hacerlo

más tangible. Otra característica es que se puede percibir recién cuando se usa por lo que es difícil saber cómo será al momento de comprarlo.

**Eficiencia.-** Se define como la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un objetivo determinado con el mínimo de recursos posibles. No debe confundirse con eficacia que se define como la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera’.

**Optimización.-** Optimización es un concepto que casi todas las personas aprenden de manera natural desde la infancia, aunque no se conozca el término hasta alcanzar cierta edad. Los colegios primarios suelen incluir en sus programas la realización de trabajos prácticos en grupo, y es a través de esta actividad en particular que se tiene los primeros acercamientos a la búsqueda de la mejor organización posible.

**Motivado.-** La palabra motivación deriva del latín *motivus* o *motus*, que significa ‘causa del movimiento’. La motivación puede definirse como «el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo».

**Acogido.-** Persona a quien se admite y mantiene en un establecimiento de beneficencia.

**Entusiasmo.-** El entusiasmo puede entenderse como el motor del comportamiento. Quien está entusiasmado con algo, se esfuerza en sus labores y exhibe una actitud positiva ya que tiene un objetivo por cumplir. Un trabajador redoblará sus esfuerzos si sabe que puede acceder a un aumento de salario gracias a un buen desempeño; en cambio, si descubre que cualquier esfuerzo será en vano, es probable que pierda el entusiasmo.

**Protagonistas.-** Es el personaje principal de un drama o historia. También es el que actúa en las mayores acciones de una historia. Sin el personaje principal la historia no sería interesante.

**Subsistir.-** Permanecer o mantenerse vivo.

**Predisposición.-** Es un concepto vinculado a predisponer, un verbo que refiere a la disposición anticipada de alguna cosa. Predisponer también refiere a la inclinación del ánimo de una persona hacia una cierta meta.

**Inciden.-** Caer en un error, falta o delito.

**Percepción.-** Es la capacidad de recibir por medio de todos los sentidos, las imágenes, impresiones o sensaciones para conocer algo.

**Amenazadoras.-** que advierte a alguien que lo lastimará

**Subfactores.-** se refiere a la serie de competencias relativas al conocimiento adquirido generalmente los diversos niveles de estudios formales.

**Socio-Crítico.-** Este paradigma introduce de forma explícita la autorreflexión crítica en los procesos del conocimiento su finalidad es la transformación de la estructura en las relaciones sociales.

**Constructos.-** Un constructo es algo de lo que se sabe que existe, pero cuya definición es difícil o controvertida. Son constructos la inteligencia, la personalidad y la creatividad.

**Cliente.-** Un cliente es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor.

**Superación.-** La superación personal es un proceso de cambio a través del cual una persona trata de adquirir una serie de cualidades que aumentarán la calidad de su vida, es decir, conducirán a esa persona a una vida mejor.

**Psicológico.-** Se denomina aquello perteneciente o relativo a la psicología, es la manera de pensar, comportarse un individuo o de un grupo de personas.

**Transmisión.-** Es un término que procede del latín *transmisión* y que se refiere a la acción y efecto de transmitir. Este verbo, por su parte, está vinculado a transferir, trasladar, difundir, comunicar o conducir.

**Colaboración.-** Es todo proceso donde se involucre el trabajo de varias personas en conjunto tanto para conseguir un resultado muy difícil de realizar individualmente como para ayudar a conseguir algo a quien por sí mismo no podría.

**Cognitivo.-** La psicología cognitiva estudia procesos mentales como la percepción la memoria o el lenguaje, los medios de comunicación cumplen con el fin de comunicar para satisfacer necesidades en lo afectivo, cognitivo, social.

**Comunicación.-** transmisión de señales mediante un código común al emisor y receptor.

**Organizacional.-** Es el esfuerzo libre e incesante de la gerencia y de los integrantes de la organización con la finalidad de hacer creíble, sostenible y funcional a la organización.

**Servicio al Cliente:** Es la parte intangible que la Institución brinda acompañado de un producto, logrando de este modo cubrir sus expectativas.

## **2.5. Interrogantes de la Investigación**

### **1. ¿Cuál es el Diagnóstico del entorno laboral de la FACAE?**

El entorno laboral de La Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas se basa en la forma tradicional de atender a los clientes, en

viejos modelos, sin acudir a las técnicas modernas que utiliza hoy en día y que permite agilizar el tratamiento de la documentación

**2. ¿Cuáles son los factores del clima organizacional que inciden en la calidad de la atención al cliente en la FACAE, durante el periodo marzo a julio 2015?**

En la Facultad existen factores que impiden una atención de calidad al cliente que no permiten mejorar la misma, se analiza la importancia del rol de la secretaria y tomen conciencia de cómo un conjunto de variables pueden afectar de manera directa o indirecta en la atención al cliente.

**3. ¿Cómo incidiría al diseñar una guía sobre el clima organizacional y que influya en la satisfacción al cliente?**

Al plantear varias alternativas con una serie de talleres prácticos será una herramienta que facilite contar con un nuevo rol de la secretaria que incidirá en la atención a los clientes internos y externos.

**4. ¿Cuál será la consecuencia al difundir y aplicar la guía en la Facultad?**

El presente trabajo será una alternativa para su aplicación o como base para otras instituciones que deseen mantener un mejor ambiente laboral y obtener buenos resultados.

## 2.6. Matriz Categorial

Cuadro 1. Matriz Categorial

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>Atención al Cliente</p> <p>Conjunto de Actividades que se aplican en forma sistemática y secuencial</p>	Actividades Administrativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carreras</li> <li>• Dependencia</li> <li>• Coordinación</li> <li>• Asociaciones</li> <li>• Interna</li> <li>• Externa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades</li> <li>• Destrezas</li> <li>• Conocimientos</li> <li>• Solidaridad</li> <li>• Actitud del personal</li> <li>• Paciencia</li> <li>• Respeto</li> <li>• Atención oportuna</li> <li>• Buen trato</li> <li>• Empatía</li> <li>• Amabilidad</li> <li>• Saber escuchar</li> </ul>
<p>Entorno Laboral</p> <p>Es el ambiente que nos rodea para brindar un servicio de calidad y satisfacción.</p>	Clientes Internos y Externos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectividad</li> <li>• Clima Laboral</li> <li>• Servicio al Cliente</li> <li>• Optimización de tiempo</li> <li>• Canales de Comunicación</li> <li>• Grado de satisfacción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones Interpersonales</li> <li>• Capacitación Continua</li> <li>• Eficiencia</li> <li>• Eficacia</li> </ul>

Elaborado por: Verónica Cerda

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Tipos de investigación**

El trabajo de investigación es de carácter cualitativo y con las encuestas de carácter cuantitativo, porque interesa la problemática existente, se percibió los hechos reales que se presentaron día a día viviendo las experiencias propias y ajenas del usuario. Es factible porque mejorará y beneficiará al entorno laboral y la calidad de la atención al cliente en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

Se utilizó la investigación de campo, aplicada, bibliográfica, descriptiva y propositiva.

##### **3.1.1. Investigación de Campo**

Se trabajó directamente con las autoridades, personal docente, administrativo y estudiantes de la FACAE para conocer y proponer estrategias para mejorar la atención al cliente y dar solución al problema planteado.

##### **3.1.2. Investigación Bibliográfica**

Es aquella etapa de la investigación donde se respaldó con documentación (libros, revistas internet, artículos) los cuales ayudaron a ver de una manera real y muy detalla la investigación realizada.

Es donde se recolectó todo tipo de información referente al tema que sirvió para respaldar la investigación del tema.

### **3.1.3. Investigación Descriptiva**

Se limitó a observar fenómenos que influyen dentro de la investigación y describe de manera detallada.

Es descriptiva porque se basó en la realidad que se evidenció diariamente en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, con relación a la insatisfacción del usuario interno y externo por la atención recibida.

### **3.1.4. Investigación Propositiva**

La información obtenida generó la existencia de una propuesta, que es el análisis de la atención al cliente principalmente a los estudiantes de la Facultad.

Propositiva porque propuso una solución al problema planteado en el trabajo de investigación.

## **3.2. Métodos de la Investigación**

La investigación se basó en los siguientes métodos:

### **3.2.1. Método Científico**

El método científico es un proceso que explica fenómenos y establece relaciones y ayuda a explicar hechos del mundo.

El método científico es utilizado por todo tipo de investigación pues lo investigable debe tener validez y se utiliza la observación minuciosa para llegar a descubrir la verdad real o la pregunta que se realizará.

### **3.2.2. Método Deductivo**

Proceso de conocimiento que se inició con la observación de los problemas generales que tiene la Facultad con el propósito de señalar los casos particulares explícitamente en la situación general.

### **3.2.3. Método Inductivo**

Este método es el que conduce el pensamiento de lo particular a lo general o universal. Se utilizó al momento que se aplicó las encuestas. Esto es que la inducción asciende o sube desde los casos aislados, sueltos, particulares, conocidos, hacia los casos generales.

### **3.2.4. Método Estadístico**

Son los procedimientos para tabular datos cualitativos y cuantitativos procedentes de la investigación a través de la muestra se toma una parte de la población con este método se redactó la interpretación de datos y resultados que se obtuvieron a través de las encuestas que se aplicaron a las autoridades, personal docente, administrativo y estudiantes de la FACAE.

## **3.3. Técnicas e Instrumentos de Investigación**

### **3.3.1. La Observación.**

Esta técnica se realizó dentro de la población de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

### **3.3.2. La Encuesta**

Se realizó la encuesta al personal administrativo y estudiantes de la Facultad a través de un cuestionario que muestre la información verídica de sus conocimientos.

### **3.3.3. La Entrevista**

Es la relación personal entre uno o más sujetos, el entrevistador puede hacer modificaciones en el formato de las preguntas sin cambiar el sentido de las mismas. Se entrevistó a las autoridades, personal de secretaría y estudiantes de la FACAE

### 3.4.5. Población

La población de una investigación está compuesta por todos los elementos, personas, objetos que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación. También se le conoce como universo.

### Población

Cuadro 2. Población

Estudiantes de Octavo de la carrera de Contabilidad y Auditoría presencial y semipresencial	112
Administrativos	7
<b>Total</b>	<b>119</b>

Elaborado por: Verónica Cerda

### 3.4.6. La Muestra

No se utilizó ningún parámetro estadístico, la muestra es una representación significativa de las características de una población. Se realizó dos encuestas a los estudiantes, al Personal Administrativo de la FACAE

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Encuesta Aplicada a los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas Compuesta por Doce Preguntas

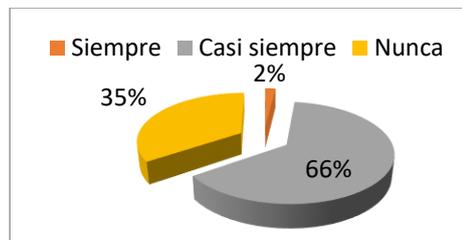
##### 1 ¿Considera usted que el servicio de atención al cliente que prestan las secretarías es de calidad?

Cuadro 3. Servicio adecuado de secretarías

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	1,9
Casi siempre	36	34,6
Nunca	66	63,5
Total	104	100,0

Fuente: Estudiantes de la FACAE  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 12 Atención adecuada



**Interpretación:** La mayoría de usuarios encuestados opinan que el servicio brindado por las secretarías, no siempre es de calidad obteniendo un bajo porcentaje se encuentran insatisfechos con el servicio brindado, y una pequeña cantidad de encuestados dicen que el servicio casi siempre es malo lo que nos indica que existe una falencia en el servicio lo cual debe ser mejorado, esto nos indica que es necesario Profesionalizar al personal administrativo y aplicar varios talleres que propongo en la propuesta.

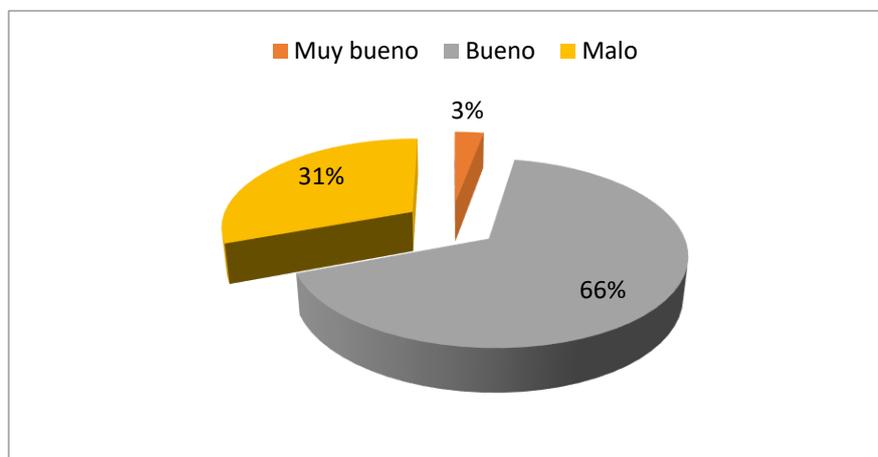
## 2 ¿En los últimos tres meses luego de la capacitación al personal de secretaría ha visto mejorías?

Cuadro 4. Mejoría Mediante Capacitación

	Mejoría mediante capacitación	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	3	2,9
Bueno	69	66,3
Malo	32	30,8
Total	104	100,0

Fuente: Capacitación al personal  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 13 Mejoría Mediante Capacitación



**Interpretación:** De acuerdo a las capacitaciones el servicio se ha visto mejorado, el cual indica que son satisfactorias, además se tiene un porcentaje que opinan que deben seguir mejorando constantemente. Es necesario el apoyo de las autoridades para asistir a cursos de mejoramiento profesional.

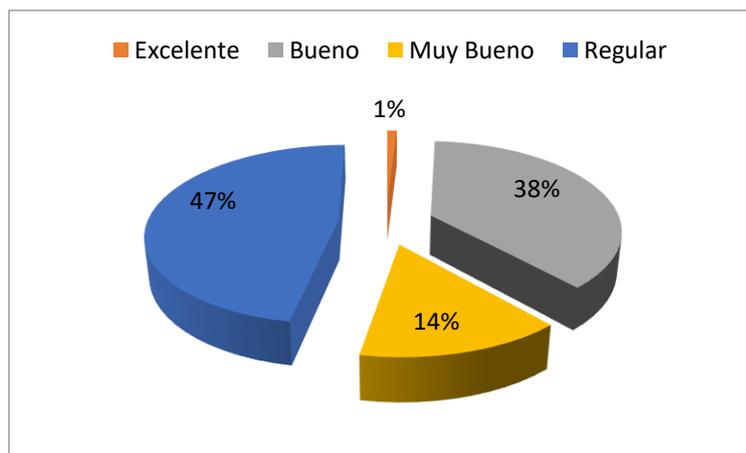
### 3 ¿Cómo calificaría el desempeño de secretaría en la FACAE?

Cuadro 5. Desempeño Secretaría FACAE

	Desempeño secretarías FACAE	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	1	1,0
Bueno	39	37,5
Muy Bueno	15	14,4
Regular	49	47,1
Total	104	100,0

Fuente: Desempeño de secretaría  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 14 Desempeño Secretaría FACAE



**Interpretación:** Los usuarios opinan que el desempeño de las secretarías es regular, se debe tomar en cuenta acciones que permitan mejorar. Las relaciones humanas y solidaridad entre personal administrativo es una alternativa para superar conflictos internos que repercuten en la atención al cliente.

#### 4 ¿Cree que la secretaría debe tener cursos de mejoramiento continuo?

Cuadro 6. Cursos de Mejoramiento Continuo

	Cursos de mejoramiento continuo	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Periódicamente	90	86,5
De vez en cuando	14	13,5
Total	104	100,0

Fuente: Cursos de mejoramiento  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 15 Cursos de Mejoramiento Continuo



**Interpretación:** El mayor número de encuestados opinan que los cursos de mejoramiento continuo para las secretarías deben ser constantes para brindar un mejor servicio. Las autoridades de la FACAE en el presupuesto de la Facultad deben incluir un monto adecuado específico para cursos de profesionalización.

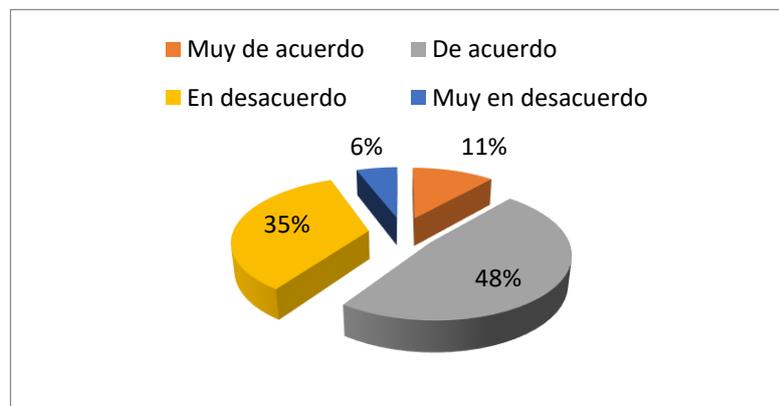
**5 ¿Usted como estudiante cree que su historial académico es guardado en forma segura?**

Cuadro 7. Historial Estudiantil Seguro

Historial estudiantil seguro		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	12	11,5
De acuerdo	50	48,1
En desacuerdo	36	34,6
Muy en desacuerdo	6	5,8
Total	104	100,0

Fuente: Estudiante  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 16 Historial Estudiantil Seguro



**Interpretación:** Los estudiantes están de acuerdo en que su historial académico en la Facultad está seguro. Por cuanto es responsabilidad de cada secretaria y además la UTN dispone de un programa específico en el Departamento de Informática.

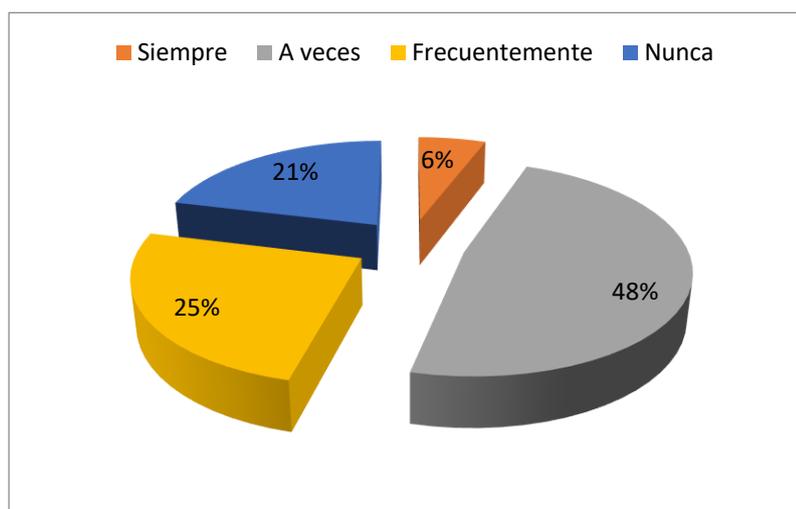
**6 ¿Considera usted que el personal de secretaría cuenta con todas las cualidades de atención al cliente?**

Cuadro 8. Atención al Cliente

	Atención al cliente	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	6	5,8
A veces	50	48,1
Frecuentemente	26	25,0
Nunca	22	21,2
Total	104	100,0

Fuente: Atención al Cliente  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 17 Atención al Cliente



**Interpretación:** Las cualidades de atención al cliente por parte del personal de secretaría no son las adecuadas así opinan los usuarios encuestados, lo cual se debe tomar en cuenta ya que las secretarias son las imagen de nuestra institución y deben tener un cambio positivo para el beneficio y satisfacción de todos.

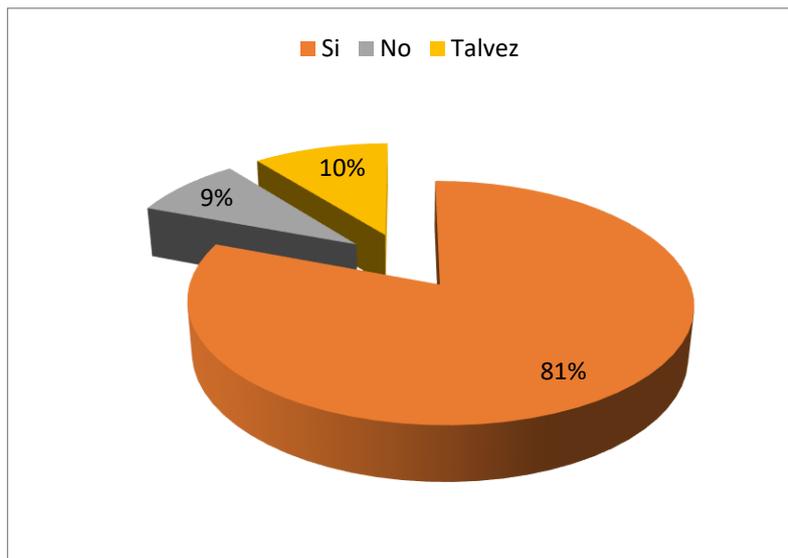
**7 ¿Cree usted que es necesario que la secretaría cuente con una guía que le permita optimizar la atención al usuario de la facultad?**

Cuadro 9. Guía de Atención para Secretarias

	<b>Protocolo de atención para secretarias</b>	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	84	80,8
No	9	8,7
Tal vez	11	10,6
Total	104	100,0

Fuente: Guía para secretaria  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 18 Guía de Atención para Secretarias



**Interpretación:** En su gran mayoría de usuarios encuestados opinan que las secretarias de la Facultad si deberían tener una guía de atención al cliente, para que de esta manera puedan optimizar el trabajo, obteniendo una mejor satisfacción de los clientes.

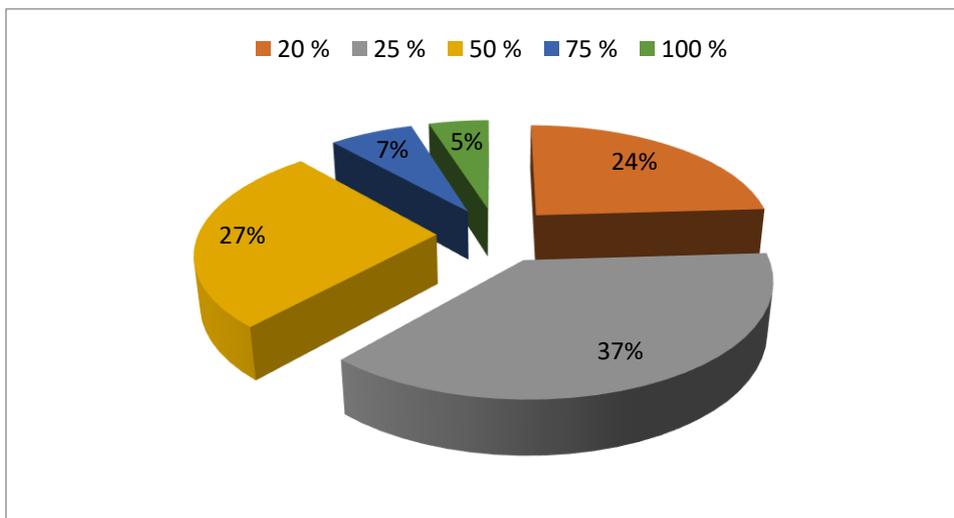
**8 ¿Cuando usted solicita un trámite se procede con eficiencia en su gestión. Mida su nivel de confianza cuando solicita un trámite?**

Cuadro 10. Eficiencia en Trámites

Eficiencia en trámites		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
20 %	25	24,0
25 %	39	37,5
50 %	28	26,9
75 %	7	6,7
100 %	5	4,8
Total	104	100,0

Fuente: Eficiencia  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 19 Eficiencia en Trámites



**Interpretación:** Los usuarios encuestados opinan que la eficiencia de las secretarías, no es tan eficaz en la Facultad por lo que es necesario amabilidad, respeto, rapidez en el trámite solicitado y que el usuario cambie de opinión del personal de secretaría.

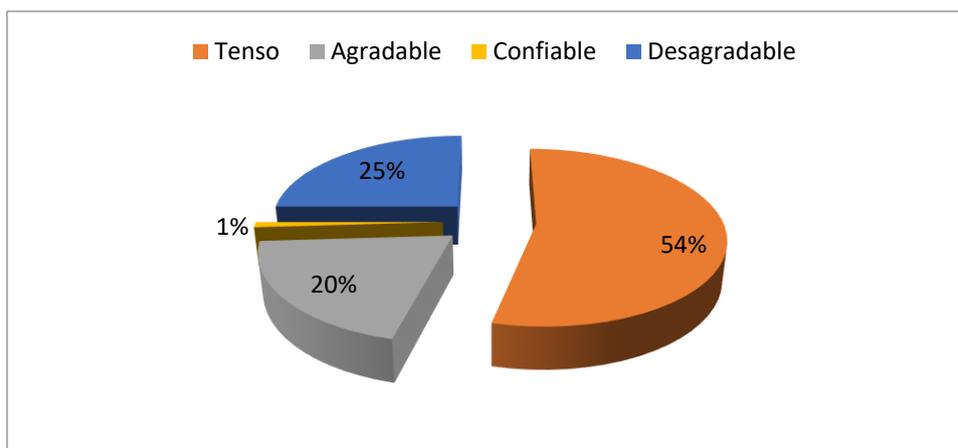
## 9 ¿Qué percepción tiene usted sobre el clima laboral de las secretarías?

Cuadro 11. Clima Laboral de las Secretarias

Clima laboral de las secretarias		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tenso	56	53,8
Agradable	21	20,2
Confiable	1	1,0
Desagradable	26	25,0
Total	104	100,0

Fuente: Clima Laboral  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 20 Clima Laboral de las Secretarias



**Interpretación:** La opinión de los usuarios acerca del ambiente laboral de las secretarías de la Facultad son negativas ya que dicen que es tenso y desagradable quiere decir que están inconformes por la actitud y otro porcentaje, dicen que si tienen un ambiente agradable. Es necesario que las autoridades convoquen a reuniones periódicas al personal y se hable de relaciones humanas, atención al cliente entre otros.

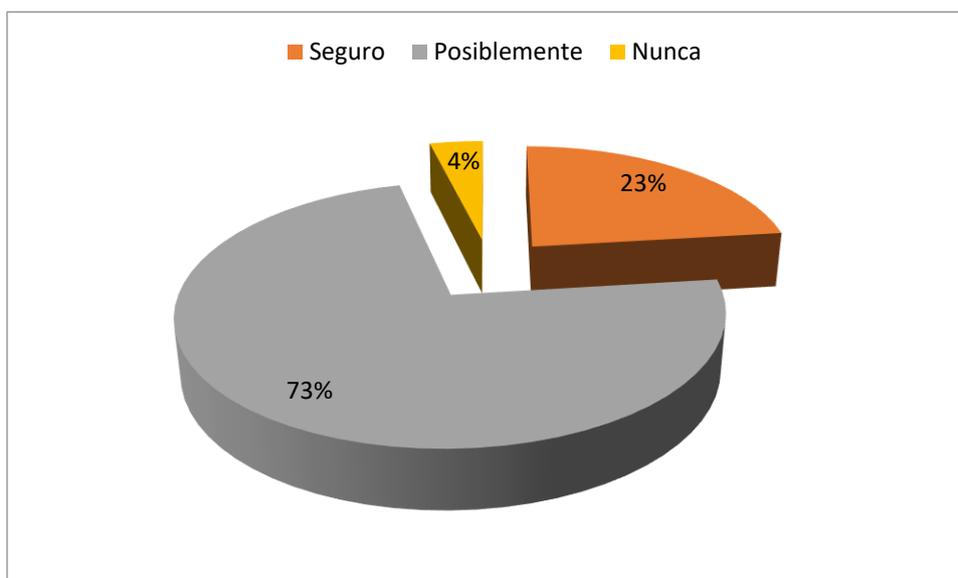
## 10 ¿Volvería a solicitar los servicios de la UTN?

Cuadro 12. Volvería a Solicitar el Servicio

Opciones	Volvería a solicitar el servicio	
	Frecuencia	Porcentaje
Seguro	24	23,1
Posiblemente	76	73,1
Nunca	4	3,8
Total	104	100,0

Fuente: Servicios UTN  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 21 Volvería a Solicitar el Servicio



**Interpretación:** Los servicios que brinda la Facultad de la UTN no son los mejores así lo opinan los usuarios encuestados que en su mayoría, dicen que posiblemente utilizarían los servicios. Se debe cambiar de opinión del usuario en base a una mejor atención y servicio, poniendo en práctica los talleres que sugiero.

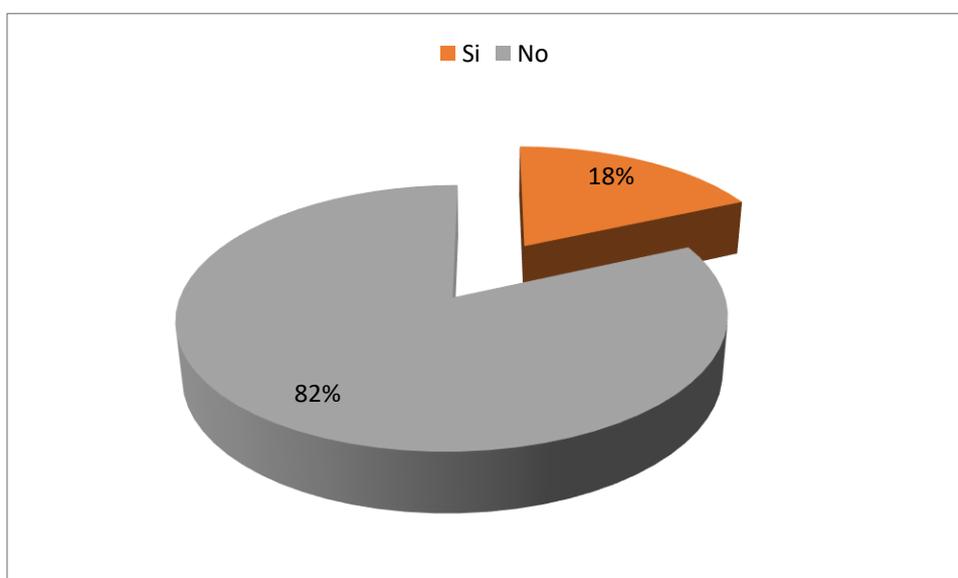
## 11 ¿Sus quejas y reclamos son atendidos oportunamente?

Cuadro 13. Quejas y Reclamos Atendidos

	Quejas y reclamos atendidos	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	18,3
No	85	81,7
Total	104	100,0

Fuente: Quejas y reclamos  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 22 Quejas y Reclamos Atendidos



**Interpretación:** La inconformidad de los usuarios se ve reflejada en su gran mayoría dicen que sus quejas y reclamos no están siendo atendidos de la mejor manera por parte de las secretarías de la facultad, solo un mínimo porcentaje se encuentran satisfechos con la atención brindada.

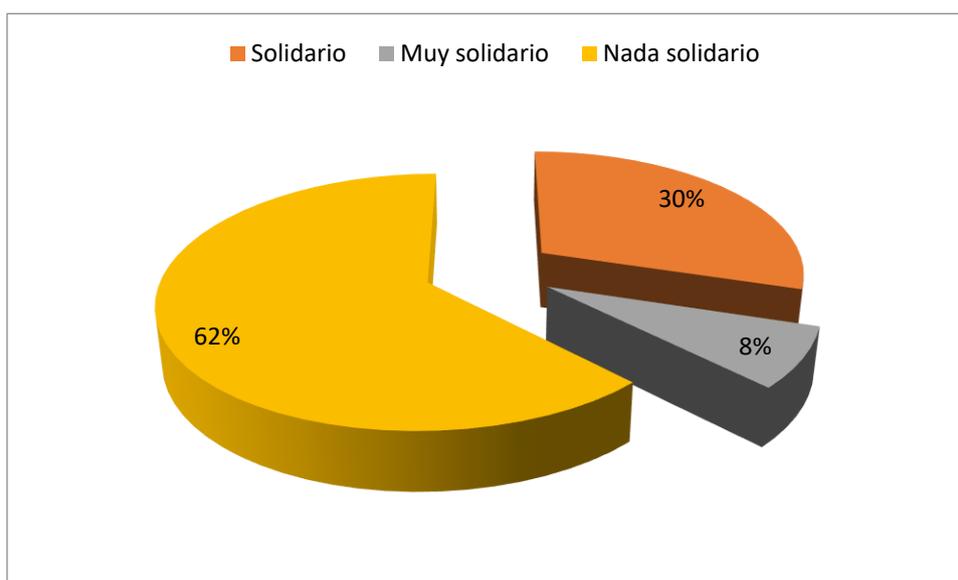
## 12 ¿Qué nivel de solidaridad tiene la secretaría de la Facultad?

Cuadro 14. Solidaridad Secretaria

	Solidaridad secretaria	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Solidario	31	29,8
Muy solidario	8	7,7
Nada solidario	65	62,5
Total	104	100,0

Fuente: Solidaridad  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 23 Solidaridad Secretaria



**Interpretación:** El nivel de solidaridad de las secretarías de la Facultad no es satisfactorio para los usuarios encuestados. Se sugiere una mejor relación y solidaridad que se refleje en el trato y atención quizá de excelencia al cliente

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### 4.2. Encuesta Dirigida a los Administrativos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

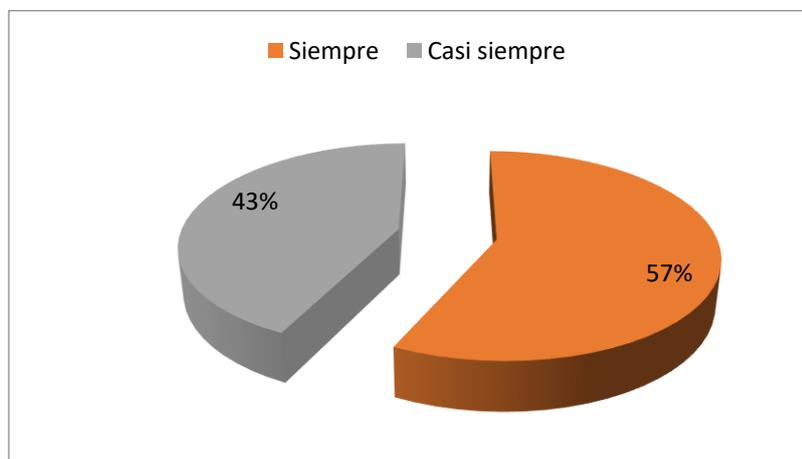
#### 1. ¿Considera usted que los estudiantes se encuentran satisfechos con el servicio de atención al cliente?

Cuadro 15. Estudiantes Satisfechos

	Estudiantes satisfechos	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	57,1
Casi siempre	3	42,9
Total	7	100

Fuente: Atención al Cliente  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 24 Estudiantes Satisfechos



**Interpretación:** De la población encuestada opinan que los estudiantes siempre están satisfechos con la atención brindada, dicen que casi siempre están de acuerdo lo que nos indica que existen estudiantes insatisfechos con la atención que el personal administrativo de secretaría da a sus clientes

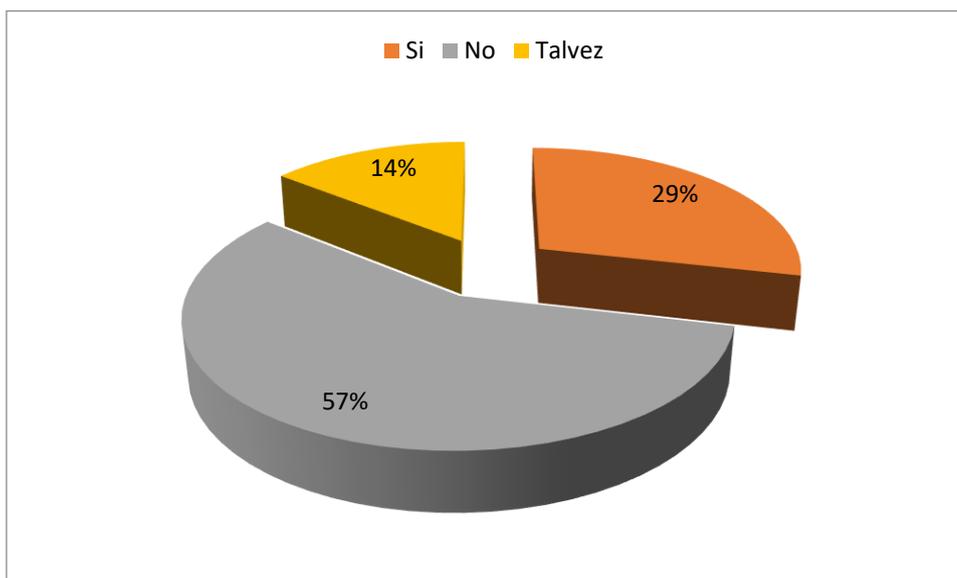
## 2. ¿En los últimos tres meses el ambiente laboral en su facultad ha sufrido cambios?

Cuadro 16. Ambiente Laboral Mejorado

	Ambiente laboral mejorado	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	28,6
No	4	57,1
Talvez	1	14,3
Total	7	100

Fuente: Ambiente Laboral  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 25 Ambiente Laboral Mejorado



**Interpretación:** Según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas el ambiente laboral tiene falencias ya que en los últimos meses no ha mejorado, es conveniente que cada tres o cuatro años se rote al personal de secretaría, con la finalidad de buscar un nuevo rol y ambiente de trabajo.

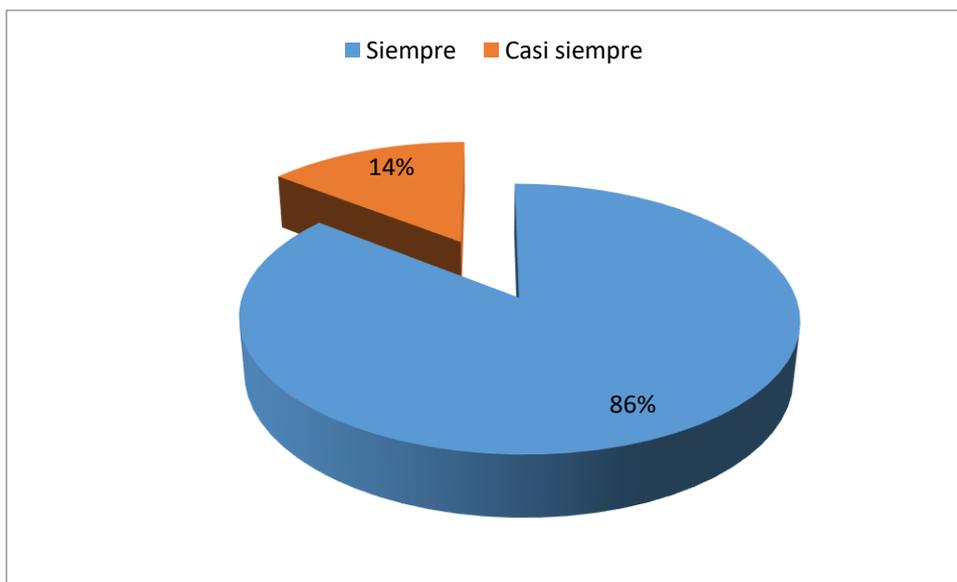
### 3. ¿Guarda con responsabilidad el historial de los estudiantes?

Cuadro 17. Guarda Historial Estudiante

	<b>Guarda historial estudiante</b>	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	6	85,7
Casi siempre	1	14,3
Total	7	100

Fuente: Historial académico  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 26 Guarda Historial Estudiante



**Interpretación:** Del total de la población encuestada la mayoría siempre guarda el historial de los estudiantes y un mínimo porcentaje lo hace casi siempre lo que significa que el personal necesita capacitación en temas de responsabilidad en su trabajo.

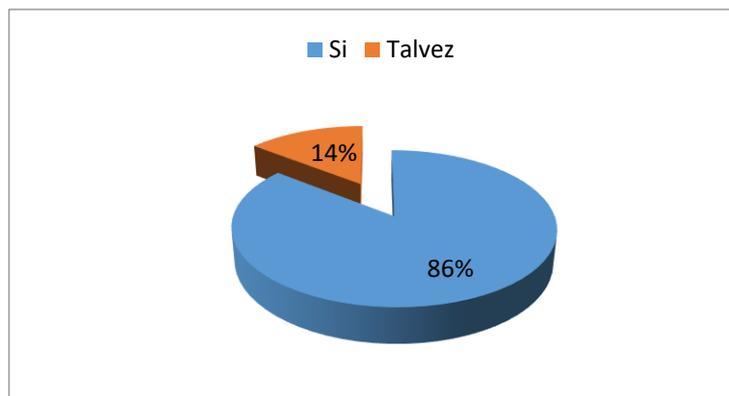
**4. ¿Cree usted que es necesario que toda secretaria cuente con un manual de ayuda?**

Cuadro 18. Manual de servicio

	Manual de servicio	
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	85,7
Talvez	1	14,3
Total	7	100

Fuente: Manual de ayuda  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 27 Manual de servicio



**Interpretación:** Según los datos obtenidos de la encuesta realizada nos dice que la FACAE debería implementar un manual de servicio y atención al cliente, para mantener un servicio de excelencia y satisfacción de los clientes.

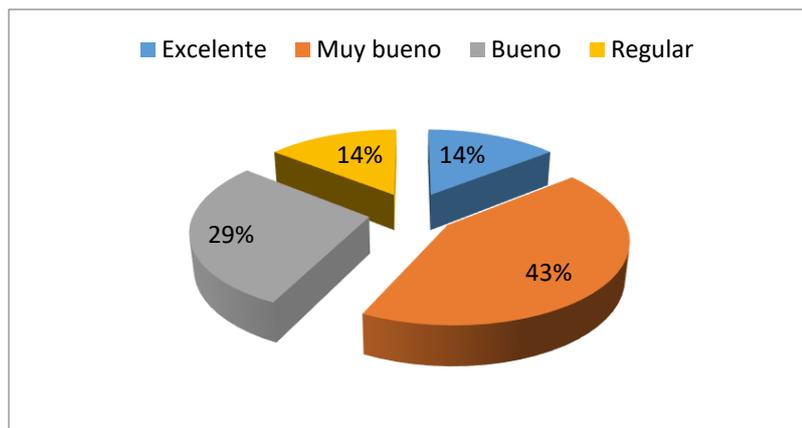
## 5. ¿Cómo califica usted el ambiente laboral en su facultad?

Cuadro 19. Califica el Ambiente Laboral

	Califica el ambiente laboral	
	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	1	14,3
Muy bueno	3	42,9
Bueno	2	28,6
Regular	1	14,3
Total	7	100

Fuente: Ambiente Laboral  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 28 Califica el Ambiente Laboral



**Interpretación:** Según los datos obtenidos se determina que el ambiente laboral en la FACAE es muy bueno pero se podría implementar algunas cosas para mejorar y lograr la excelencia, sin embargo es conveniente que las autoridades organicen eventos de solidaridad y compañerismo.

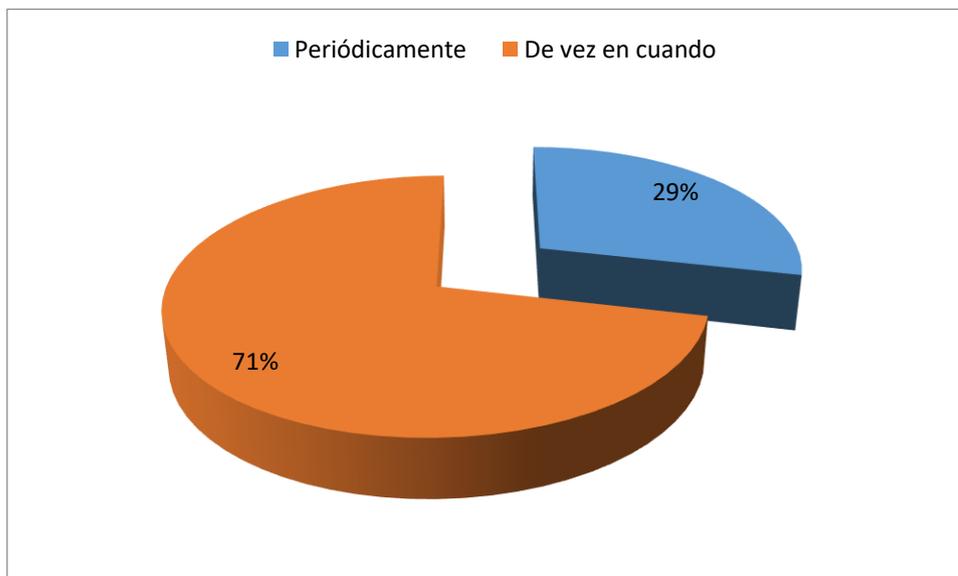
## 6. ¿Usted cómo funcionaría asiste a capacitaciones regularmente?

Cuadro 20. Asiste a Capacitaciones

	Asiste a capacitaciones	
	Frecuencia	Porcentaje
Periódicamente	2	28,6
De vez en cuando	5	71,4
Total	7	100

Fuente: Capacitaciones  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 29 Asiste a Capacitaciones



**Interpretación:** La asistencia a las capacitaciones por parte de la mayoría del personal administrativo es solo de vez en cuando y debería ser siempre para que se mantengan informados y se aplique lo aprendido en sus funciones y atención al cliente.

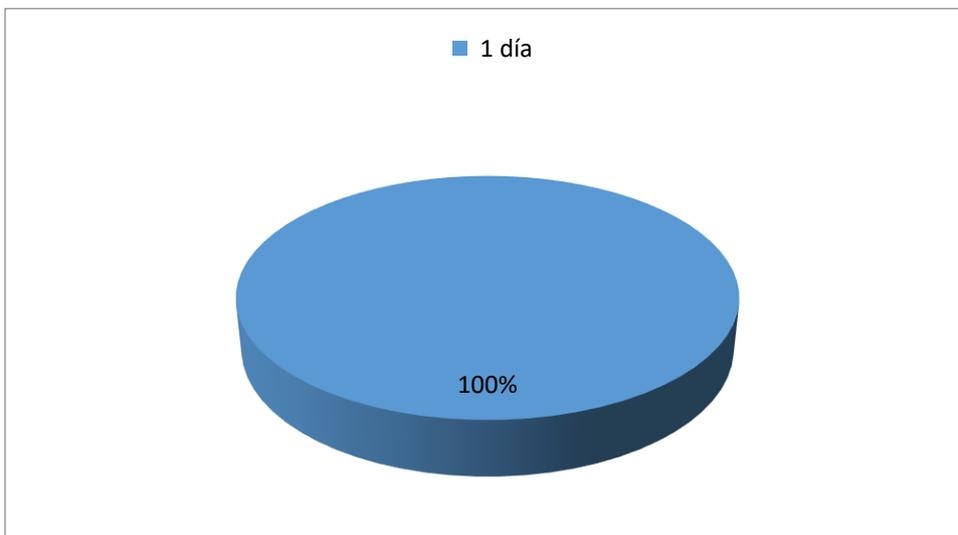
## 7. ¿Cuánto se demora en tramitar la documentación solicitada por un alumno?

Cuadro 21. Demora en Tramitar

	Demora en tramitar	
	Frecuencia	Porcentaje
1 día	7	100
Total	7	100

Fuente: Documentación del alumno  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 30 Demora en Tramitar



**Interpretación:** El total de las secretarías demora un día en tramitar una documentación solicitada por parte de sus clientes en su mayoría estudiantes, pero debería ser menor el tiempo para que el cliente difunda que en la facultad existe un excelente servicio al cliente.

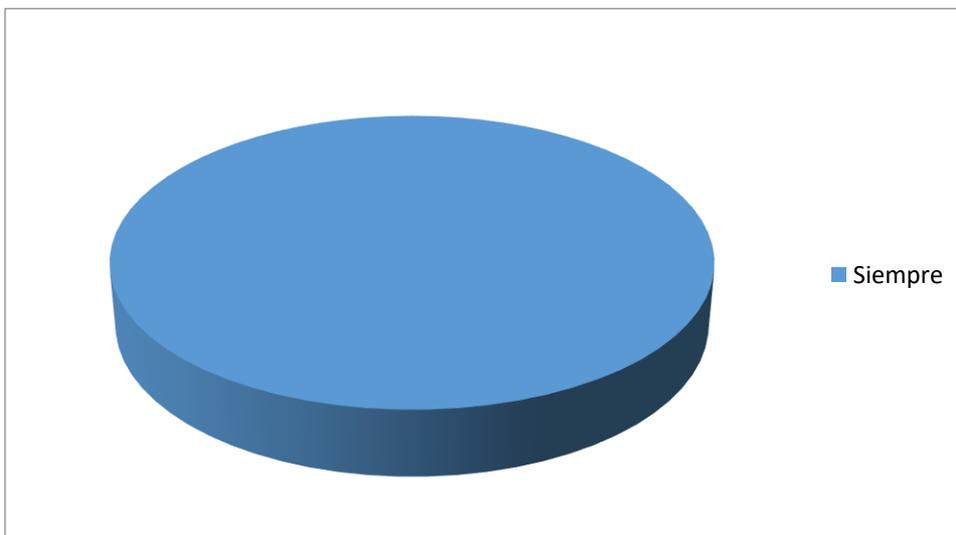
**8. ¿Considera usted que tiene las cualidades profesionales y es apta para la atención al público?**

Cuadro 22. Cualidades Profesionales

	Cualidades profesionales	
	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	7	100
Total	7	100

Fuente: Cualidades apta para la Atención al Público  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 31 Cualidades Profesionales



**Interpretación:** Las encuestadas consideran aptas para ocupar un cargo de atención al público a lo cual se debería realizar un seguimiento y test de personalidad para comprobarlo.

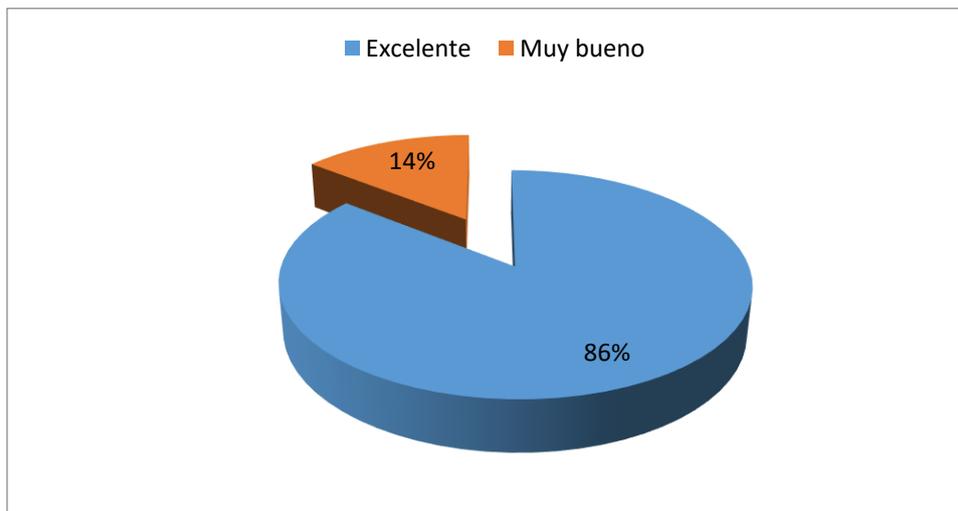
## 9. ¿Cómo calificaría usted la atención que brinda a los estudiantes?

Cuadro 23. Calificar su Atención Frecuencia

	Calificar su atención	
	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	6	85,7
Muy bueno	1	14,3
Total	7	100

Fuente: Atención a los estudiantes  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 32 Calificar su Atención Frecuencia



**Interpretación:** Las encuestadas considera que su servicio es de excelente calidad por lo que se debería realizar encuestas de satisfacción a los estudiantes con respecto al servicio prestado por las secretarías de la FACA E.

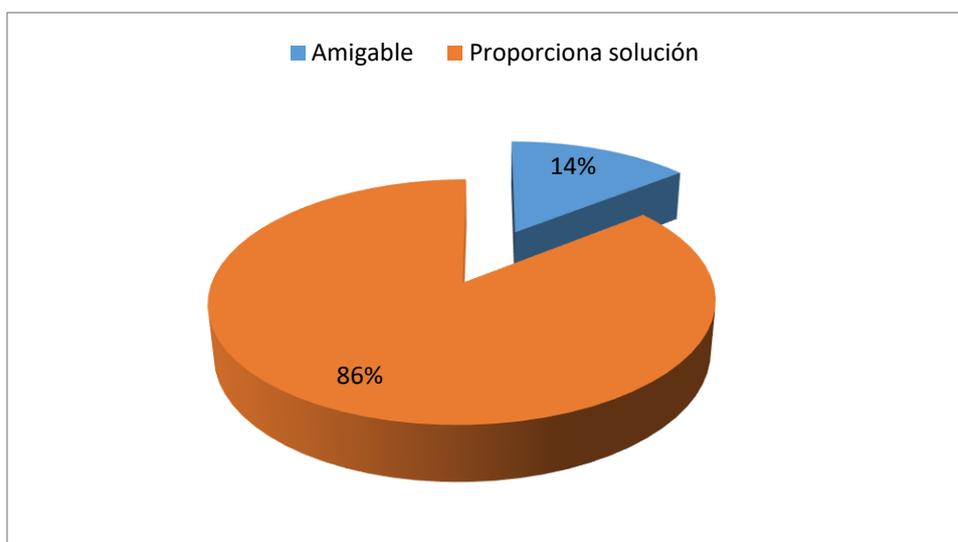
**10. ¿Cómo considera usted su respuesta ante las quejas o reclamos que hacen los estudiantes?**

Cuadro 24. Respuesta ante quejas

Respuesta ante quejas		
	Frecuencia	Porcentaje
Amigable	1	14,3
Proporciona solución	6	85,7
Total	7	100

Fuente: Respuesta ante quejas o reclamos  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 33 Respuesta ante quejas



**Interpretación:** De las encuestas realizadas se obtiene como resultado que solo una minoría de las encuestadas responde a las quejas de los estudiantes de manera amigable, la diferencia solo proporciona solución a la queja.

**11. ¿Cree usted que es importante socializar la guía sobre el Clima Organizacional como un taller para los estudiantes?**

Cuadro 25. Socializar Clima Organizacional

	<b>Socializar clima organizacional</b>	
	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	6	85,7
Importante	1	14,3
Total	7	100

Fuente: Clima Organizacional  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 34 Socializar clima organizacional



**Interpretación:** De las encuestas realizadas se obtuvo la siguiente información: la mayoría considera muy importante la socialización de la guía sobre el clima organizacional con los estudiantes pues ayudaría a mejorar las relaciones entre el personal administrativo y los estudiantes.

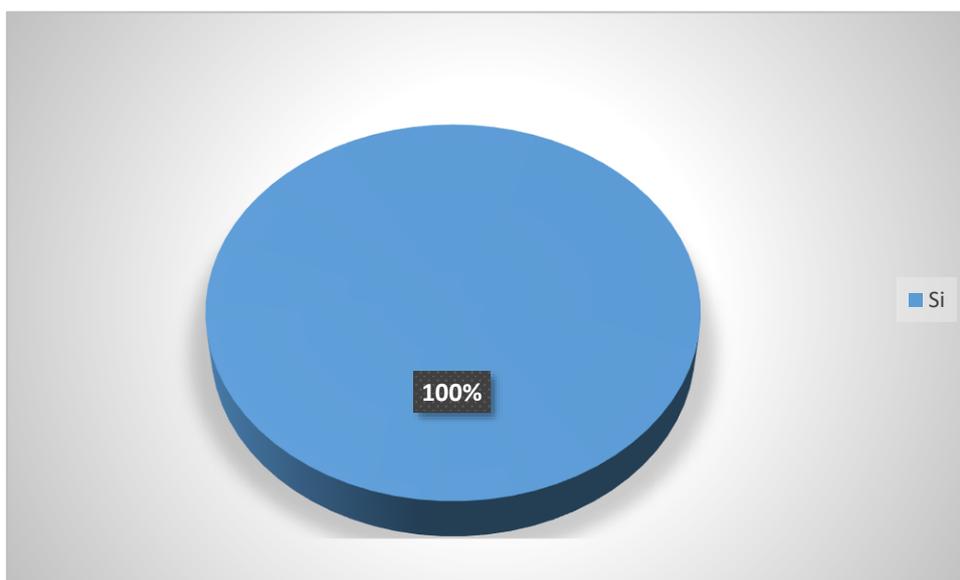
**12. ¿Considera que la solidaridad es un factor que identifica a las secretarías de la FACAE?**

Cuadro 26. Solidaridad Secretaria

	Solidaridad secretaria	
	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	100
Total	7	100

Fuente: Clima Organizacional  
Elaborado por: Verónica Cerda

Gráfico 35 Solidaridad Secretaria



**Interpretación:** para el personal administrativo de la FACAE la solidaridad es un factor importante al momento de realizar su trabajo y también para mantener una relación laboral e interpersonal adecuada.

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones.

De acuerdo con los resultados de la investigación realizada se obtiene:

- Del diagnóstico realizado la mayoría de problemas son comunes en muchas organizaciones, en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Se concluye que la FACAE no mantiene una adecuada atención respecto a los clientes, no existe una planificación de cursos de capacitación para realizar una atención de excelencia, lo que genera un gran descontento principalmente de los estudiantes.
- Se deduce de la recolección de información sobre el entorno laboral y la calidad de atención al cliente en la FACAE existe falencia tanto en las relaciones interpersonales, comunicación, trabajo en equipo, toma de decisiones, resolución de conflictos, formación y desarrollo de capacidades e identificación con la institución, estos problemas han pasado desapercibidos, es decir existe una carencia de filosofía del servicio al cliente dentro de la Institución, las secretarías no están muy interesadas ni estimuladas para prestar un buen servicio, asumir responsabilidades y toma de decisiones que satisfagan las necesidades del usuario.
- Se pide a los directivos que por los reclamos principalmente de los estudiantes dentro de la actividad de secretaría tales como trámites estudiantiles, que es el mayor impacto negativo en su atención, estos deben ser atendidos en el menor tiempo posible, permitiéndolos ser respetados y considerados como eficaces en su lugar de trabajo.
- Se ha comprobado que el desconocimiento sobre relaciones interpersonales archivología, valores humanos se deben a la falta de capacitación al personal administrativo, por lo que se sugiere que es

importante diseñar una guía de talleres que permita impartir conocimientos a través de capacitaciones al personal administrativo de la FACAE, para de esta manera llegar a un servicio eficaz y aportar a la conservación de un ambiente solidario.

- Socializar la Guía de Talleres del entorno laboral y calidad de atención al cliente en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

## **5.2. Recomendaciones.**

- Del diagnóstico realizado se recomienda a las autoridades de la FACAE, que la atención que brindan las secretarías a los usuarios debería ser la más idónea manteniendo un protocolo de servicio y atención al cliente para de esta manera satisfacer sus necesidades brindando un mejor servicio. Aplicar la guía de talleres en la capacitación al Personal Administrativo
- De la recolección de la información al Departamento de Talento Humano, realizar cursos de mejoramiento profesional para que el personal de secretaria preste un buen servicio, responsable que satisfaga las necesidades del usuario. Se recomienda a las autoridades de la Universidad Técnica del Norte, que se analice el perfil del personal que va a ocupar los cargos laborales de la institución.
- Se recomienda aplicar la serie de talleres desarrollados en la guía que está dirigido al personal administrativo de la FACAE, que permita conocer sobre temas como relaciones interpersonales, comunicación, trabajo en equipo, resolución de conflictos e identificación con la Universidad. Al difundir la Guía de talleres al personal de secretaria de la FACAE, se espera que mejore su atención oportuna y eficiente al usuario, se supere conflictos y exista una mejor relación interpersonal y comunicación, trabajo en equipo, resolución de conflictos e identificación con la Universidad.

- La atención que brindan las secretarías de la FACAE a los usuarios debería ser la más idónea manteniendo un protocolo profesional y atención eficiente al cliente, para de esta manera atender en los trámites solicitados brindando un mejor servicio.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1. Título de la Propuesta.**

“GUÍA DE TALLERES EL ENTORNO LABORAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, PERIÓDO 2015”

#### **ORIENTACIÓN GENERAL**

Estimada Compañera:

Para un mejor desenvolvimiento en sus actividades en la FACAÉ se ha elaborado una Guía de talleres para la atención al cliente, la misma que contiene varias actividades:

- ❖ Que le ayudarán a optimizar tiempo y recursos, le incentivarán a la práctica de valores como: respeto, puntualidad, solidaridad.
- ❖ Se busca encaminar al funcionario a conocer los procedimientos administrativos para la organización de documentos y trámites administrativos de la FACAÉ.
- ❖ Al analizar cada uno de los talleres de la guía se ira teniendo una idea clara sobre la atención con calidad y calidez.
- ❖ Es así que deseo que la aplicación de esta guía permita manejar adecuadamente los procesos y procedimientos a realizarse dentro de la institución.

## **PRESENTACIÓN**

### **“GUÍA DE TALLERES EN EL ENTORNO LABORAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, PERIÓDO 2015”**

- Para una mejor atención a los clientes es preciso conocer los procedimientos administrativos referentes a relaciones humanas, Estatuto universitario, Reglamento, normas, conceptos, definiciones en cuanto a trámites administrativos presentados por los estudiantes, orientados a un excelente trato, lograr satisfacción en el usuario con una información correcta para el prestigio de la FACAE, lograr el cumplimiento de los objetivos.
- A las Autoridades, este es un aporte que abre las posibilidades en la Facultad de contar con una “Guía de Talleres”, de instrucciones de Procedimientos administrativos para una atención de calidad y excelencia a clientes de la FACAE que le permita mejorar los procedimientos administrativos; Por lo que sugiero a la Sra. Decana realice el seguimiento adecuado de la aplicación de la misma.

### **PROPÓSITO DE LA GUÍA DE TALLERES**

- La Guía de Talleres se enfoca en los procedimientos administrativos del personal de secretaría, de la organización de los documentos estudiantiles de la FACAE, que motive a los empleados a trabajar de forma organizada, al desarrollo personal, a plantearse metas y compromisos con la Universidad
- Pretende ser una motivación para las autoridades, se organicen y cumplan con el Estatuto y su Reglamento, con las obligaciones y derechos del personal de secretaría.

## EJECUCIÓN DE LA GUÍA DE TALLERES

- La Guía de Talleres para el personal de secretaría se ejecutará iniciando con todas las actividades sugeridas, sin pasar por alto todos los puntos que constan en los planes respectivos para lograr el objetivo que es una atención eficaz al usuario
- Al aplicar esta guía de talleres dirigida al personal de secretaría de la Facultad, es necesario difundir a todo el talento humano que labora en la misma para llegar a la excelencia administrativa
- La FACAE procederá a la ejecución de la misma, empezará por la comunicación, desarrollo personal y mejorar aquellos aspectos que se tratan en el plan de acción. Todos los aspectos tratados anteriormente se deben poner en marcha para que el plan de acción se cumpla y se pueda lograr el objetivo.

### 6.2. Introducción

En el desarrollo del presente modelo guía de Talleres, se describe como una herramienta de información en la que se citan en forma metódica las estrategias e instrucciones que se deben seguir para la realización de las actividades, relacionadas con el entorno laboral y calidad de atención a clientes – estudiantes y público en general.

En el presente capítulo se presenta la propuesta de un modelo guía de estrategias del entorno laboral y calidad de atención a clientes, la propuesta parte de los objetivos, su importancia, justificación y alcance de la misma, indicando las ventajas y desventajas que la guía pudiera presentar.

En el contenido de la presente propuesta, se encuentran algunos elementos que la FACAE utiliza en su sistema de atención apoyo y servicio a sus clientes, que se convertirán en mecanismos complementarios al aplicar las Estrategias, como son: Capacitación para

el personal administrativo y de servicios, así atender reclamos y sugerencias.

Una vez planteada la Estrategia se presenta su plan de implementación del modelo guía de Estrategias que contiene objetivos, así también indica quién es responsable de su estudio, análisis y aprobación del mismo. Sin omitir los costos y el tiempo de control que deberá tener y otras funciones que permitan a la facultad mantener y mejorar la posición alcanzada en el ámbito universitario, el cuál es el propósito de la propuesta con el fin de mantener satisfechos a los clientes, mediante una Estrategia de Servicio y Atención.

### **6.3. Justificación e Importancia**

Mediante la observación se ha podido identificar falta de coordinación en las actividades de servicio y atención que la Facultad ofrece a sus clientes, el objetivo planteado en la tesis de grado fue realizar una investigación de campo que permitió determinar e identificar el servicio que presta la Facultad a los clientes, en los porcentajes esperados y con base a la teoría se plantea que en materia de entorno laboral y la calidad de servicio al cliente no existe como se espera en una institución universitaria.

Cuando un cliente valora la calidad de un servicio juzga como un todo calificándolo como muy bueno, bueno o malo o que es peor, el cliente se detiene en los factores más débiles de la calidad y tiende a generalizar los defectos a todo el servicio.

Es necesario dar importancia a la insatisfacción reflejada por los clientes y permitir mediante una buena política de calidad en el servicio, que se pretende con la presente propuesta, así también se persigue que dicha estrategia contribuya en el mejoramiento de las actividades de servicio y atención a clientes, antes durante y después de que llega a la Universidad y es el único método capaz de atraer y conseguir su lealtad.

#### **6.4. Fundamentación de la Propuesta**

Se fundamentó en la Teoría del conocimiento psicológico, que tiene como objetivo la base para entender las manifestaciones del cliente interno y externo, que se aplican en la Universidad Técnica del Norte para determinar un plan de estudios que fije el desarrollo teórico, ya que el aprendizaje es parte integral del ser humano; el aprendizaje se desarrolla cuando existe la relación entre conocimiento y experiencia vivida, aparecen diferentes teorías que permitan orientar el proceso.

El presente documento permitirá a la FACAE contar con una herramienta que describe las actividades a realizar por las diferentes unidades vinculadas en el área del entorno laboral y calidad de atención al cliente, así como permitirá orientar al personal responsable de su ejecución para que realice sus tareas en forma adecuada, orientando a satisfacer al cliente. Se pretende crear una imagen favorable de la Facultad y por consiguiente, que contribuya al reposicionamiento de la institución mediante:

- La FACAE pueda disponer de una guía para el trabajo personal administrativo.
- Se indica en forma clara las actividades que deben desarrollarse por el personal administrativo, para que su trabajo sea eficiente y específico en el área de atención al cliente.
- Permitirá reducir y mejorar los errores y dar mayor rapidez en el cumplimiento de las necesidades de los estudiantes.
- Siempre dispuesta a emprender cambios y transformaciones que busquen el mejoramiento continuo de los productos y servicios institucionales como es el caso de un buen clima laboral y servicio al cliente.

## **6.5. Objetivos**

### **6.5.1. Objetivo General**

Disponer de lineamientos para una adecuada atención con la finalidad de mejorar su desempeño a través de una guía y talleres que contenga un refuerzo del conocimiento y estrategias de atención al cliente de la FACAE, como una herramienta capaz de guiar y orientar.

### **6.5.2. Objetivos Específicos**

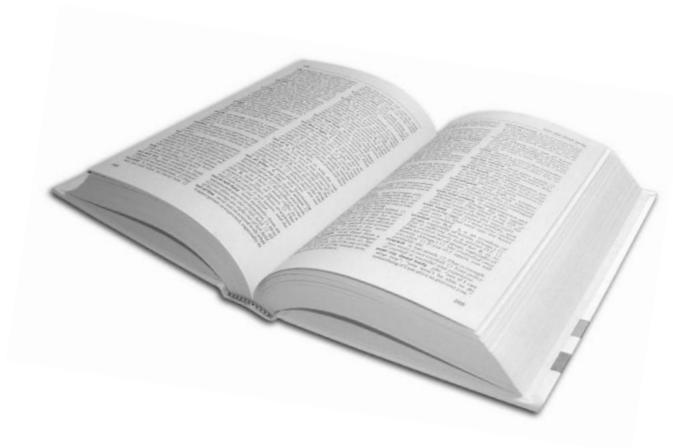
- Promover un cambio de actitud adecuado para atender a los clientes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, que permita cambiar la opinión del usuario.
- Concienciar al personal administrativo las estrategias y ventajas de atender eficientemente asistiendo a cursos y la aplicación de los talleres sugeridos en la guía.
- Reducir al máximo, la insatisfacción manifestada por los clientes en el actual servicio que reciben del personal administrativo.
  - Socializar al talento humano de la FACAE; los procedimientos y técnicas sobre la adecuada atención al cliente, para de esta manera llegar a la excelencia administrativa.

## **6.6. Delimitación**

Este trabajo de Grado se investigó en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte. Ubicada en la calle 17 de julio Barro el Olivo.

## 6.7. Desarrollo de la Propuesta

### GUÍA DE TALLERES EN EL ENTORNO LABORAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, PERÍODO 2015



#### 6.7.1 ¿Qué es una Guía?

Es un instrumento útil y práctico que dirige y encamina, permitiendo la consulta de diferentes temas de una manera sencilla y clara.

#### 6.7.2 Usuario.

Es una persona muy fundamental en el servicio público, hacia quien se traslada el esfuerzo para satisfacer sus necesidades plenamente. Es quien acude a la institución en busca de información, producto o servicio

# GUÍA DE TALLERES EN EL ENTORNO LABORAL Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



**FACAE**  
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas



AUTORA: ALICIA VERÓNICA CERDA LÓPEZ

PERIODO 2015



## Funcionarios UTN



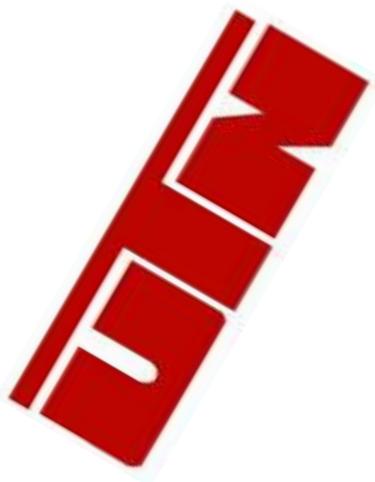
Fuente: Universidad Técnica del Norte

## **MISIÓN**

“La Universidad Técnica del Norte es una institución de educación superior, pública y acreditada, forma profesionales de excelencia, críticos, humanistas, líderes y emprendedores con responsabilidad social; genera, fomenta y ejecuta procesos de investigación, de transferencia de saberes, de conocimientos científicos, tecnológicos y de innovación; se vincula con la comunidad, con criterios de sustentabilidad para contribuir el desarrollo social, económico, cultural y ecológico de la región y del país”.

## **VISIÓN**

“La Universidad Técnica del Norte, en el años 2020, será un referente regional y nacional en la formación de profesionales, en el desarrollo de pensamiento, ciencia, tecnológica, investigación, innovación y vinculación, con estándares de calidad Internacional en todos sus procesos; será la respuesta académica a la demanda social y productiva que aporta para la transformación y la sustentabilidad”



VALORES INSTITUCIONALES

- EFICIENCIA
- TRANSPARENCIA
- COMPROMISOS
- CALIDAD DE SERVICIOS
- ETICA PROFESIONAL
- EQUIDAD
- RESPONSABILIDAD
- HONRADEZ
- APERTURA AL CAMBIO

## PRESENTACIÓN



Con el fin de contar con personal administrativo activo y dinámico, para dar respuesta inmediata a las necesidades actuales, las acciones de modernización se ha desarrollado talleres para poder mejorar las relaciones interpersonales de los funcionarios de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, constituye un valioso apoyo para todos los docentes y administrativos que trabajan en la institución con el propósito de mejorar su calidad de vida en el orden de su desarrollo personal.

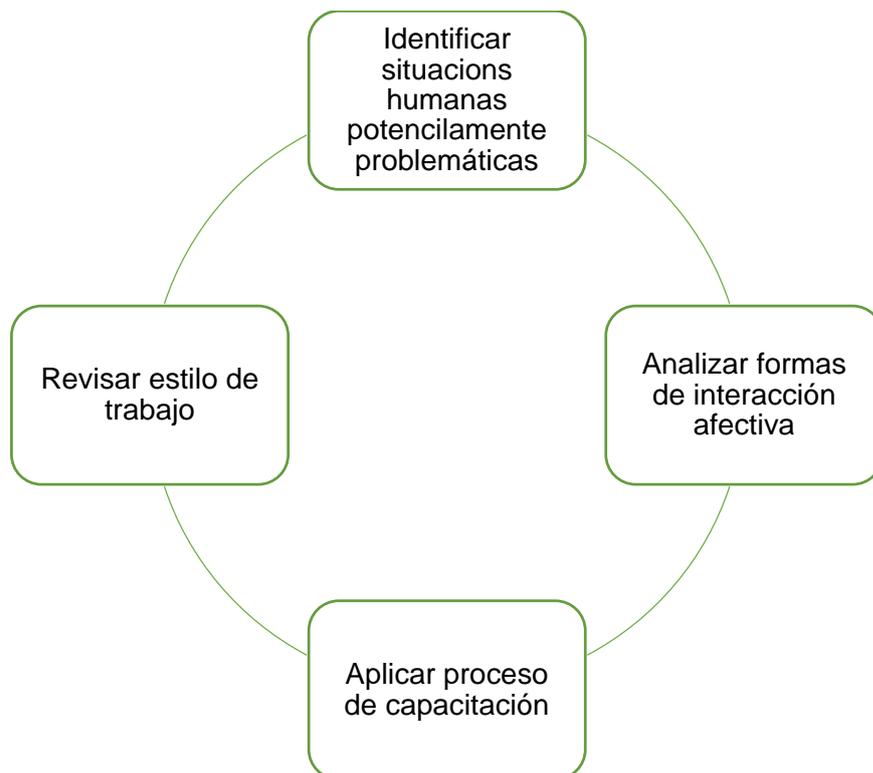


# TALLER 1

## INTERACCIÓN HUMANA EN EL ENTORNO LABORAL

### 1. OBJETIVOS:

La orientación de este curso está destinada para que al final del proceso se logre:



Elaborado por: Verónica Cerda

## 2. CONTENIDOS

### DINÁMICA GRUPA.-

#### Analizar una lectura de motivación

Autor: Daniel Gonzales

*“Juan trabajaba en una empresa hacía dos años. Era muy serio, dedicado y cumplidor de sus obligaciones. Llegaba puntual y estaba orgulloso de que no haber recibido nunca una amonestación. Cierta día, buscó al gerente para hacerle un reclamo:*

*- Señor, trabajo en la empresa hace dos años con bastante esmero y estoy a gusto con mi puesto, pero siento que he sido dejado de lado. Mire, Fernando ingresó a un puesto igual al mío hace sólo seis meses y ya ha sido promovido a supervisor.*

*- ¡Ajá! -contestó el gerente. Y mostrando cierta preocupación le dijo:- Mientras resolvemos esto quisiera pedirte que me ayudes con un problema. Quiero dar fruta para la sobremesa del almuerzo de hoy. Por favor, averigua si en la tienda de enfrente tienen frutas frescas.*

*Juan se esmeró en cumplir con el encargo y a los cinco minutos estaba de vuelta.*

*- Bien, ¿qué averiguaste?*

*- Señor, tienen naranjas para la venta.*

*- ¿Y cuánto cuestan?*

*- ¡Ah! No pregunté.*

*- Bien. ¿Viste si tenían suficientes naranjas para todo el personal?*

*- Tampoco pregunté eso.*

*- ¿Hay alguna fruta que pueda sustituir la naranja?*

*- No lo sé, señor, pero creo que...*

*- Bueno, siéntate un momento.*

*El gerente cogió el teléfono e hizo llamar a Fernando. Cuando se presentó, le dio las mismas instrucciones que a Juan, y en diez minutos estaba de vuelta. El gerente le preguntó:*

*- Bien, Fernando, ¿qué noticias me traes?*

*- Señor, tienen naranjas, las suficientes para atender a todo el personal, y si prefiere, tienen bananos, papayas, melones y mangos. La naranja está a 150 pesos el kilo; el banano, a 220 pesos la mano; el mango, a 90 pesos el kilo; la papaya y el melón, a 280 pesos el kilo. Me dicen que si la compra es por cantidades, nos darán un descuento de diez por ciento.*

*Dejó separadas las naranjas, pero si usted escoge otra fruta debo regresar para confirmar el pedido.*

*- Muchas gracias, Fernando. Espera un momento.*

*Entonces se dirigió a Juan, que aún seguía allí:*

*- Juan, ¿qué me decías?*

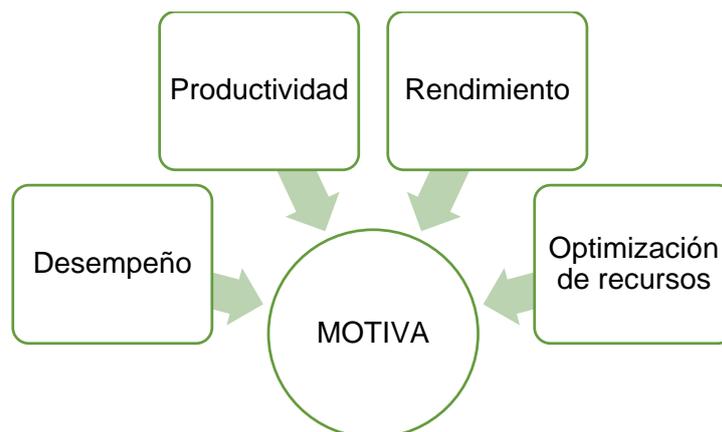
**- Nada, señor... eso es todo. Con su permiso.  
Hoy en día reclamamos empoderamiento. Es decir, que los jefes otorguen a sus subalternos la posibilidad de tomar decisiones y responsabilidades por ellas. Pero, ¿están los empleados asumiendo esta función de manera proactiva y auto motivado?**

**El potencial está en las personas. Son ellas quienes deben desarrollarlo y hacerlo conocer de los demás a través de hechos concretos.” (Daniel Gonzales, 2006, pág. 34)**

Con esta lectura se procederá a leerla en voz alta y exponer un criterio personal acerca de ella.

### **3. ENTORNO LABORAL:**

Se refiere básicamente al ambiente físico, las relaciones interpersonales, los intereses compartidos con los demás funcionarios.



Elaborado por: Verónica Cerda  
Fuente: Yasury López

El entorno laboral se refiere al desarrollo de las relaciones interpersonales internas de las organizaciones es decir tomando en cuenta y respetando su credo, condición social - económica, y funciones que desempeña dentro de la institución. Es importante que se haga énfasis en las motivaciones que recibe el personal, las instrucciones, las capacitaciones, los procesos que se manejan.

#### **Lluvia de ideas**

1. Motivación de logro en el trabajo.

2. Desarrollo personal.
3. La comunicación interpersonal.
4. Interacción humana en el trabajo
5. Conflictos
6. Oportunidades laborales familiares sociales

#### **4. ACTIVIDADES A DESARROLLAR**

En este taller se realizarán dos actividades fundamentales:

La primera enmarcada en una dinámica introductoria o rompe hielos, que invita a los participantes a tomar el lugar de empleados y saber por qué las decisiones del jefe, se invitara a que los asistentes emitan un criterio y llegar a un acuerdo común en donde todos compartan un concepto claro de entorno laboral.

La segunda actividad radica en realizar grupos de trabajo y sortear a cada uno un tema de los propuestos en líneas anteriores a fin de que se ejecute una lluvia de ideas que permita conceptualizarlos. Posterior a esto cada grupo deberá exponer mediante una dramatización acorde a la realidad institucional. Finalmente formularán una idea de entorno laboral adecuado para el buen funcionamiento de la institución.

#### **5. AUTOEVALUACIÓN**

El facilitador aplicara las siguientes preguntas:

- ¿A qué me comprometo?
- ¿Cómo lo quiero hacer?
- ¿Con quiénes y para quienes?
- ¿Qué dificultades puedo tener?
- ¿Qué espero lograr?
- ¿Por qué lo quiero hacer?
- ¿Qué necesito?



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### TALLER 2



## SERVICIO AL CLIENTE

### 1. OBJETIVOS:

**Al final del proceso se logrará:**

Identificar actitudes, conductas que se requieren para servir eficaz y eficientemente.

Analizar las necesidades de los clientes, y comprender que tienen la autoridad para resolver sus problemas

Evaluar el desempeño actual y el nivel de satisfacción que existe con el usuario.

### 2. CONTENIDOS

#### **DINÁMICA GRUPAL.-**

Completar la frase:

Para mí un servicio de excelencia es:

Motivar a que los participantes completen la frase adecuadamente a fin de ir enlistando actitudes y aptitudes que se deberían desarrollar.

### 3. SERVICIO AL CLIENTE

Se proyectará la presentación titulada “El servicio al cliente” elaborada por: Jean Marie Ayala Álvarez



Fuente: <http://ponce.inter.edu/html/retencion/Taller%20de%20Servicio%20al%20Cliente.pdf>

Se permitirá exponer el criterio que tiene cada funcionario acerca de la experiencia positiva o negativa que tiene el cliente con cada uno.



Fuente: <http://ponce.inter.edu/html/retencion/Taller%20de%20Servicio%20al%20Cliente.pdf>

El moderador expondrá características básicas que permitan asegurar el crecimiento como organización.

## ¿Quiénes son nuestros clientes?

- Estudiantes
- Padres
- Profesores
- Personal Administrativo
- Personal no docente
- Suplidores
- Otros recintos



The slide features a woman's headshot in the top right corner. Below the title, there is a bulleted list of client categories. To the right of the list are two photographs: the top one shows two students sitting at a desk in a classroom, and the bottom one shows a male teacher pointing at a chalkboard while addressing a group of students.



Fuente: <http://ponce.inter.edu/html/retencion/Taller%20de%20Servicio%20al%20Cliente.pdf>

# EMPATÍA

## • REQUISITO PRIMORDIAL

- Ubicarnos en el lugar del cliente.
- “Ponernos en los zapatos del cliente”.



Fuente: <http://ponce.inter.edu/html/retencion/Taller%20de%20Servicio%20al%20Cliente.pdf>

# EMPATÍA

- Recomendaciones:
  - Trata a tu cliente en la manera en que te gustaría te trataran.
  - Demuéstrales interés genuino.
  - Da la milla extra.
  - Muéstrate amigable y accesible.
  - Llama al cliente por su nombre.
  - Agradece al cliente el que este haya seleccionado nuestros servicios.
  - Recuerda que el cliente es nuestra razón de ser.

Fuente: <http://ponce.inter.edu/html/retencion/Taller%20de%20Servicio%20al%20Cliente.pdf>

- Mencione cuáles son las quejas más comunes de los clientes en su departamento.



Fuente: <http://ponce.inter.edu/html/retencion/Taller%20de%20Servicio%20al%20Cliente.pdf>

Se procederá a la realización de un listado de quejas y se ira conjuntamente con las autoridades resolviendo una por una para poder tener un panorama claro de lo que se debe hacer en caso de?...

#### **4. ACTIVIDADES A DESARROLLAR**

Este taller se desarrollara en base a dos actividades fundamentales.

La primera enmarcada en el criterio personal de los funcionarios, tomando ideas de como consideran ellos que fuese el servicio de calidad.

La segunda una exposición con dispositivas en las que se va tomando ideas y exponiendo información por parte del facilitador.

Finalmente se realizara una exposición teórica breve para que se pueda desarrollar la actividad propuesta “Resolver quejas de los clientes” en donde cada uno ira describiendo de acuerdo a su experiencia cuales son los problemas más frecuentes en su diario laborar.

#### **5. AUTOEVALUACIÓN**

Un arma importante para el jefe de la unidad de Servicio y Atención, dentro de las estrategias para la motivación, es el elogio. La otra parte de

las funciones esenciales para el jefe de la unidad, será la de inculcar en el personal el reconocimiento de la contribución que cada uno hace al progreso de la Facultad



FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

## TALLER 3

# LÍDERAZGO Y EQUIPO DE TRABAJO

### 1. OBJETIVOS:

**Al finalizar este taller se logre:**

1. Determinar el estilo de interacción humana.
2. Identificar el liderazgo que ejerce en su equipo de trabajo.
3. Analizar el estilo de trabajo efectivo.

### 2. CONTENIDOS

#### **DINÁMICA GRUPAL.-**

Esta dinámica trata de que las personas del grupo se tomen de las manos y hagan un círculo, después deben hacer un cuadrado, un triángulo, un perro, etc. Esto sirve para observar las personas que organizan la actividad y los comportamientos de las demás personas de cara a estos. Después se deben hacer preguntas para saber qué tipo de liderazgo existe en las personas del grupo y quiénes son los líderes.

## 2. LIDERAZGO Y EQUIPO DE TRABAJO

# LOS NO Y LOS SÍ

de Robert Kiyosaki



*"No puedo comprarlo"*

*"El dinero es la raíz de todos los males"*

*"Estudia duro para que encuentres una buena compañía para la cual trabajar"*

*"La razón por la que no soy rico es porque tengo a mis hijos"*

*"En lo que se refiere al dinero, juega a lo seguro y no tomes riesgos"*

*"Recibe y entonces darás"*

*"¿Cómo puedo comprarlo?"*

*"La falta de dinero es la raíz de todos los males"*

*"Estudia duro para que encuentres una buena compañía que comprar"*

*"La razón por la que DEBO ser rico es porque tengo a mis hijos"*

*"Aprende a manejar el riesgo".*

*"Da y recibirás"*

**VS**

**"Lo importante no es lo que uno sabe, sino que tan rápido aprende"**

Fuente: <https://es.pinterest.com/pin/20899585741742063/>



Fuente: <https://sapienciap.wordpress.com/tag/infografia/>



Fuente: <http://www.persuadiendo.com/la-importancia-del-lider-en-un-proyecto-emprendedor-infografia/>

### **3. ACTIVIDADES A DESARROLLAR**

Los talleres no son un propósito final, sino una parte del proceso, por eso debe concluir con una serie de compromisos y responsabilidades se desarrollan con un modelo de educación participativa, en el que construyen su aprendizaje a partir de su experiencia.

En este taller se van a ejecutar actividades iniciales la dinámica que ayudará a identificar el liderazgo, sus principales rasgos y demás características que ayudarán a caracterizar este tipo de personas.

Posteriormente se dividirá a los participantes en tres grupos, se les entregara cada una de las imágenes anteriores y se pedirá que analicen cada una y luego elaboren con sus propias palabras una definición adecuada acorde a la realidad. Para que la expongan a todo el grupo.

Se realizará la exposición teórica acerca del liderazgo que es, características y demás mediante una presentación con diapositivas.

### **4. AUTOEVALUACIÓN**

Se aplicará el siguiente instrumento de evaluación:

- 1.- ¿Se cumplieron sus expectativas?
- 2.- ¿Fue pertinente la metodología en el taller?
- 3.- ¿Se puede aplicar lo aprendido en el taller?



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### TALLER 4

#### DESARROLLO HUMANO EN LA ORGANIZACIÓN

#### 1. OBJETIVOS:

**Al finalizar el taller y su proceso se logre:**

1. Describir las condiciones básicas que promueven su auto-desarrollo.
2. Que el participante identifique su necesidad de logro y como puede estimular eficazmente esa necesidad.
3. Identificar metas, analizar situaciones y tomar decisiones en las diferentes áreas vitales de su vida.
4. Reflexionar sobre la ejecución de un plan de auto-desarrollo en sus áreas laborales, familiares, sociales, corporales y ontológicas (o espirituales).

#### 2. CONTENIDOS

##### **DINÁMICA GRUPAL.-**

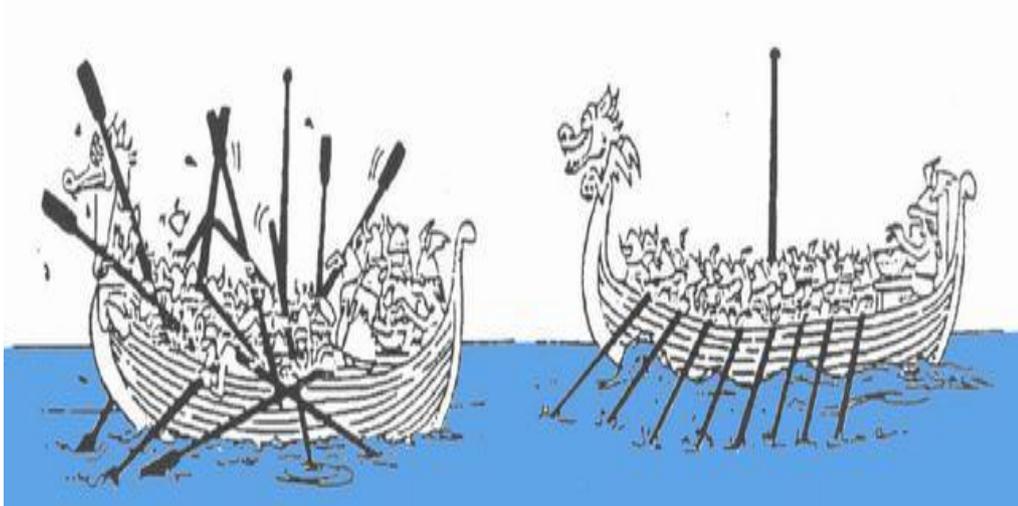
##### **Yo trabajo**

En forma personal cada integrante del grupo piense y escriba lo que significa conseguir un nuevo trabajo en los siguientes aspectos:

Comienza otra etapa con nuevos desafíos y posibilidades, la Universidad y la Facultad, el puesto a desempeñar, tu jefe y compañeros de trabajo, tu

primer día, los estudiantes, tu presencia personal y el protocolo, la gestión eficaz y el tiempo, el uso de internet y el correo electrónico, calendario laboral. Cada integrante interviene indicando su pensamiento en relación a lo planteado.

### 3. DESARROLLO HUMANO EN LA ORGANIZACIÓN



Fuente: <http://poderpersonalmexico.com/tag/desarrollo-humano-en-las-empresas>

La buena atención al público

Calidad en el trabajo

Cuidado de equipos y materiales

Racionalidad en el uso de los materiales

Ética y transparencia en las relaciones humanas

Elaborado por: Verónica Cerda

### 4. ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Se iniciara con una dinámica grupal, posteriormente se formaran cuatro grupos en ellos se hará la entrega del documento que se expone en la

página anterior a fin de que cada grupo analice la información y proceda a realizar un socio drama con una actividad en la que se requiere un buen desempeño humano para obtener resultados eficientes.

Luego expondrán la tarea y se retroalimentara con un aporte teórico por parte del moderador.

## **5. AUTOEVALUACIÓN**

Se puede evaluar el clima laboral, el aprendizaje, la comunicación para ver en qué nivel de autoevaluación se encuentra en la Facultad.

Se aplicará el siguiente cuestionario:

- 1.- ¿Cómo escuchar a los demás?
- 2.- ¿Es necesario ridiculizar a las personas?
- 3.- ¿He aportado en el grupo con ideas positivas?
- 4.- ¿He aprendido a respetar a mis compañeros?



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### TALLER 5

# AUTOESTIMA

#### 1. OBJETIVOS:

##### **Al finalizar este taller se logre:**

Identificar actitudes, conductas que se requieren para potenciar una autoestima eficaz de servicio a los clientes.

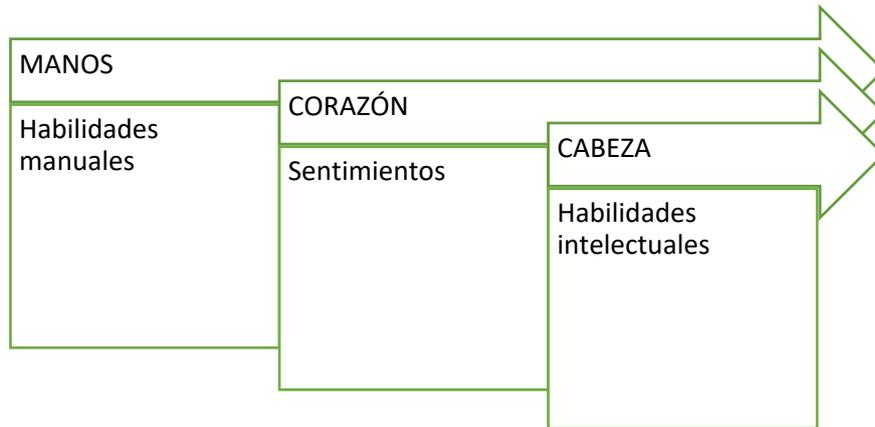
Potenciar sus cualidades y analizar las necesidades de los clientes comprender que tienen necesidades para resolver sus problemas

Evaluar la autoestima para el desempeño eficaz y el nivel de satisfacción que existe en el usuario.

#### 2. CONTENIDOS

##### **DINÁMICA DE GRUPO**

Manos, corazón y cabeza: es la forma de referirnos a las cualidades positivas de las habilidades manuales, los sentimientos y las habilidades intelectuales. En este ejercicio se deben resaltar las cosas buenas de la persona en estas tres áreas básicas.



Elaborado por: Verónica Cerda

### 3. AUTO ESTIMA



Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Autoestima>



Fuente: <http://es.slideshare.net/marcosapablaza>



Fuente: <https://www.emaze.com/@ALTFWCLC/EXPOSICION-LA-AUTOESTIMA.pptx>



Fuente: <http://imagenesyfrasesbonitas.com/6bonitas-imagenes-de-como-elevar-el-autoestima/>



Fuente: <http://www.eduglobal.cl/2016/08/03/esta-actividad-aumentara-la-autoestima-de-tus-alumnos/>

#### **4. ACTIVIDADES A DESARROLLAR**

Se ejecutará la dinámica en donde cada uno podrá identificar sus fortalezas de acuerdo a los sentidos.

Luego se procederá a la exposición de autoestima el facilitador exponer un concepto y características luego dividirá al grupo en 4 equipos, los mismos que deberán trabajar con material reciclado un collage de autoestima. Se deberá poner en juego la creatividad de los participantes.

#### **5. EJERCICIO FINAL**

Con los ojos cerrados por un instante imaginarse caminando por un lugar apacible, tranquilo. Visitar a un sabio monje que vive perdido en las montañas. Es sabio porque conoce a todos y a cada uno y sabe aquello que de verdad hace únicos e irrepetibles.

Cuando llegue a él pedirle que diga quién y cómo es usted. El sabio dirá una frase; será un MENSAJE que llene de CONFIANZA e ILUSIÓN; escúchelo y medite lo que ha dicho. Después escriba esa frase y no olvide leerla con frecuencia.



## TALLER 6



### ATENCIÓN Y SERVICIO

#### 1. OBJETIVOS:

##### **Al finalizar este taller se logre:**

Comprender cuáles son sus roles, responsabilidades en el proceso administrativo de atención y servicio al cliente de la Facultad.

Desarrollar un plan de acción para aplicar los conocimientos en sus respectivas áreas de trabajo y analizar las necesidades de los clientes en sus trámites.

Fomentar una actitud positiva de servicio para dar excelencia en el desempeño eficaz y el nivel de satisfacción que existe en el usuario.

## **2. CONTENIDOS**

### **DINÁMICA DE GRUPO**

#### **Dramatizar un Refrán**

Dividir a los asistentes en grupos de cinco personas entregar a cada uno un Refrán al cual tendrán que representar delante del grupo. El resto de asistentes tienen que adivinar de qué se trata el refrán.

El objetivo es desarrollar la comprensión, la habilidad para comprender mensajes y habilidad para transferir significados a situaciones concretas

## **3. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

### **1. Establecer la comunidad de aprendizaje**

Convocar a los participantes para asistir a los diferentes talleres, crear interés para que ellos interactúen y colaboren. Presentación de todos los asistentes para así conseguir que se conozcan.

### **2. Los temores, expectativas, comportamientos**

Se lo realizará a través de hojas volantes en las cuales los participantes. Escribirán los tres aspectos antes mencionados para saber lo que piensan y a la vez saber si están dispuestos a colaborar y aprovechar este taller.

### **3. Una lectura sobre atención y servicio**

La amabilidad, la honestidad, la formalidad, el profesionalismo, la eficacia y la eficiencia entre otros, son términos que describen características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida por un negocio sin importar el giro que éste tenga, y por tanto son habilidades necesarias en el personal que lo conforma, sobre todo aquellos que están en contacto con los clientes, sin embargo, en una situación óptima debería ser esto también un objetivo central de toda empresa.

La importancia de contar con dichas características radica en que la presencia y buen manejo depende para dar al cliente un servicio de calidad que permita establecer un vínculo emocional positivo que a su vez propicia la lealtad del cliente a la institución, lo cual suele ser un factor de crecimiento en el número de clientes es decir que, en términos generales, la atención y el servicio de calidad representan una ventaja competitiva.

#### **4. PLENARIO**

En esta parte del taller será tomado en cuenta el criterio de cada participante para la discusión del tema sobre la atención y servicio para esto tendrán un tiempo de 30 minutos para dar a conocer su punto de vista.

#### **5. TEST DE REFUERZO**

¿Qué es para usted atención y servicio al cliente?

¿Sus superiores tienen conocimiento sobre atención y servicio?

¿En qué áreas considera que se debe capacitar a los funcionarios?

¿Considera usted que la atención y servicio al cliente es importante?

¿Cree que la atención y servicio ayuda al desempeño institucional?

¿Considera que el taller le ayudará a mejorar en sus actividades diarias?

¿En este taller que aprendió sobre la atención y servicio al cliente?

¿De qué manera aplicará los conocimientos adquiridos?

¿El taller cumplió con sus expectativas?

¿Cree que se deben repetir estos talleres periódicamente?

## **6. MOTIVACIÓN**

### **INTRODUCCIÓN**

La motivación como fuerza impulsora es un elemento de importancia en cualquier ámbito de la actividad humana, pero es en el trabajo en el cual logra la mayor preponderancia; al ser la actividad laboral que desempeña la que ocupa la mayor parte de la vida, es necesario estar motivado de modo que no se convierta en una actividad alienada y opresora; estar motivado hacia el trabajo, trae varias consecuencias psicológicas positivas, tales como son la autorrealización, el sentirse competente, útil y mantener la autoestima.

## **7. CONCEPTO DE MOTIVACIÓN**

La motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo.

Hoy en día es un elemento importante en la administración de personal por lo que se requiere conocerlo, y más que ello, dominarlo, sólo así la Institución estará en condiciones de formar una cultura organizacional sólida y confiable.

En el ejemplo del hambre, evidentemente tenemos una motivación puesto que esté provoca la conducta que consiste en ir a buscar alimento y, además la mantiene; es decir, cuanto más hambre tenga más directamente se encamina a satisfacerlo adecuadamente. Si tiene hambre se dirige al alimento, es decir, la motivación inclina para satisfacer la necesidad.

La motivación también es considerada como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación. En efecto, la motivación está relacionada con el impulso, porque éste provee eficacia al esfuerzo colectivo orientado a conseguir los objetivos de la institución y empuja al

individuo a la búsqueda continua de mejores situaciones a fin de realizarse profesional y personalmente, integrándolo así en la comunidad donde su acción cobra significado.

El impulso más intenso es la supervivencia en estado puro cuando se lucha por la vida, seguido por las motivaciones que derivan de la satisfacción de las necesidades primarias y secundarias (hambre, sed, abrigo, sexo, seguridad, protección, etc.)

## **8. MOTIVACIÓN Y CONDUCTA**

Con el objeto de explicar la relación motivación – conducta, es importante partir de algunas posiciones teóricas que presuponen la existencia de ciertas leyes o principios basados en la acumulación de observaciones empíricas.

Según Chiavenato, existen tres premisas que explican la naturaleza de la conducta humana. Estas son:

- a) El comportamiento es causado. Es decir, existe una causa interna o externa que origina el comportamiento humano, producto de la influencia de la herencia y del medio ambiente.
- b) El comportamiento es motivado. Los impulsos, deseos necesidades o tendencias, son los motivos del comportamiento.
- c) El comportamiento está orientado hacia objetivos. Existe una finalidad en todo comportamiento humano, dado que hay una causa que lo genera. La conducta siempre está dirigida hacia algún objetivo.

## **9. Evaluación**

Mediante preguntas directas serán evaluados los participantes para así poder conocer si el taller ayudó a comprender mejor acerca de que es la atención y servicio al cliente.



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### TALLER 7

## TRABAJO EN EQUIPO

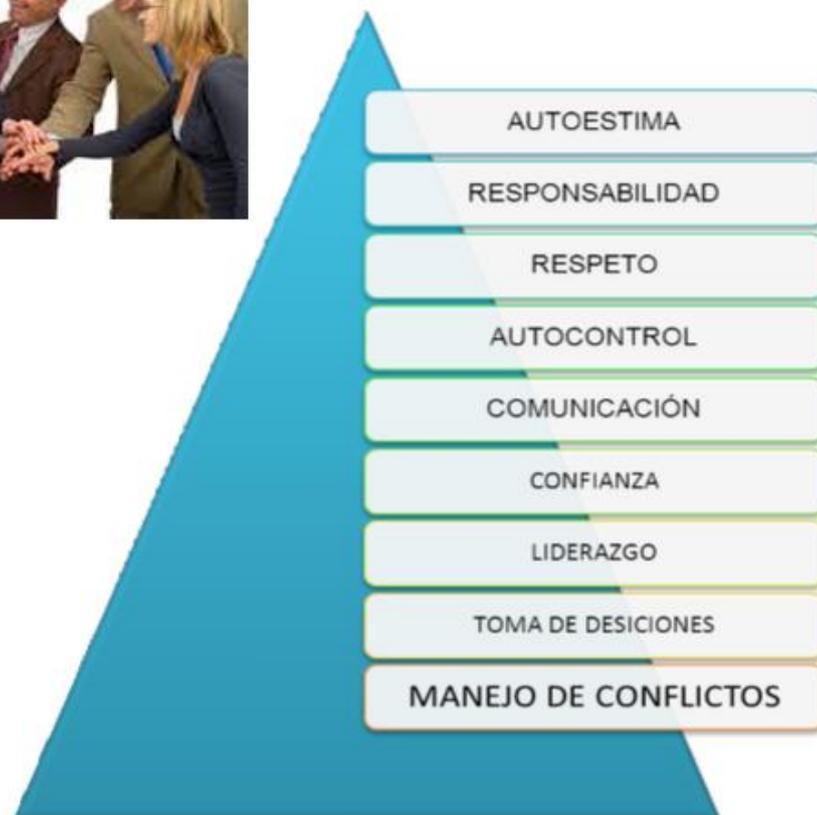
#### 1. OBJETIVOS:

- Analizar las destrezas requeridas para crear e integrar un equipo de trabajo efectivo.
- Evaluar la diferencia de trabajo en grupo y trabajo en equipo.
- Valorar la importancia del trabajo en equipo en cualquier actividad profesional.
- Aplicar herramientas necesarias para el trabajo en equipo.

## 2. RECURSOS

VALORES Y ACTITUDES A DESARROLLAR

# TRABAJO EN EQUIPO



## **CONTENIDOS**

### **DINÁMICA GRUPAL**

#### **UN MUNDO MEJOR**

Dividir a los asistentes en grupos de 4 personas, cada grupo dialogará cómo debe ser la convivencia humana para lograr un mundo mejor; Esto aplicará a su grupo, elaborará un plan de acción para lograrlo y de inmediato se pondrán a aplicarlo.

Según esto: Cómo deberíamos vivir el presente, Qué debería aportar cada uno para conseguir las metas que el grupo se propone.

#### **TRABAJO EN EQUIPO**

Trabajar en grupo es realizar las cosas con un jefe que dirige e indica qué se debe hacer, cómo lo debe hacer y para cuándo se deben entregar los resultados, donde sus integrantes hacen lo que se les indica de manera separada e individual.

Un equipo es un grupo de personas que aportan sus propios talentos para trabajar en forma sinérgica para lograr una meta común. Los equipos a diferencia de los grupos son creados con el concepto de efectividad, y no sólo de eficiencia. Para que un equipo de trabajo sea efectivo se debe asegurar que cada persona trabaje a su capacidad óptima y que cada una colabore para lograr la sinergia necesaria para alcanzar el objetivo establecido.

Así, trabajar en equipo no es la mera suma de las aportaciones individuales, trabajar en equipo no es sólo estar juntos y que cada uno haga lo suyo. Es un cuidado determinado para realizar una actividad laboral y asumir un conjunto de valores. Es un espíritu que anima un modo de ser entre las personas que lo constituyen. Es un estilo que está basado en la confianza, la comunicación, la sinceridad. Es asumir la actividad del equipo como propias, es planificar y realizar conjuntamente

las tareas. Es solucionar los conflictos como una oportunidad de enriquecimiento mutuo que conlleva una actitud de aprendizaje permanente. Es un “talento”.

Sin embargo, los equipos no surgen por sí mismos; surgen en función de una tarea y de un líder efectivo, mismo que será el responsable de motivar y comunicar a los demás miembros del equipo los valores y normas necesarias para lograr el objetivo:

- a. Objetivo del trabajo.
- b. Cómo espera que trabajen
- c. Cuando debe estar listo el trabajo y en qué condiciones.
- d. Donde se realizará la tarea y dónde y con quien pueden solicitar ayuda.

### **ROLES Y RESPONSABILIDADES EN EQUIPO**



## **ACTIVIDADES A DESARROLLAR**

El taller se desarrolla con el modelo de educación comprensiva, en el que los participantes a partir de su experiencia construyen su aprendizaje significativo, se realizan actividades individuales, en parejas y en pequeños grupos.

En este taller se utilizará el video como recurso didáctico, exposiciones, comentarios , ejercicios prácticos, en concordancia con el método de trabajo y el enfoque didáctico, los cursos son presenciales, requieren que el tamaño del grupo sea de máximo 16 participantes y exigen una interacción humana activa, pero respetuosa, entre los participantes como medio para propiciar la adquisición de conocimientos, el auto desarrollo, la práctica de habilidades y la exposición y experimentación con pautas de comportamiento sustentadas en nuevas actitudes hacia los otros en el trabajo.

### **LECTURA DEL VIDEO:**

### **ROLES Y RESPONSABILIDADES DE LOS EQUIPOS**

Se identifican dos tipos fundamentales de papeles que se desempeñan en los grupos: los encargados de la misión o labor que permite al grupo alcanzar su meta, y los encargados del mantenimiento que pertenecen a las conductas del grupo que los mantiene unidos en su logro.

Otros papeles pueden afectar la eficiencia del grupo y se consideran **PAPELES NEGATIVOS**. Estos son: los agresores que buscan fortalecer su propio nivel al criticar casi todo y culpar a otros ante dificultades del equipo; los bromistas, se caracterizan por interrumpir para bromear o ridiculizar; los separatistas que se apartan del grupo, se retractan de sus opiniones o son indiferentes; los monopolistas que quieren disponer todo el tiempo del uso de la palabra dando impresión de su conocimiento.

## **ESTABLECIMIENTO DE METAS EN EQUIPO.**

Uno de los estilos de administración que están empleando hoy en día las empresas es el empoderamiento, cuyo objetivo es buscar incrementar el compromiso y lograr una mayor responsabilidad en el momento de alcanzar resultados. Este estilo plantea el hecho que los miembros de un equipo de trabajo propongan y desarrollen los planes de trabajo que los afecten directamente, a su vez ejecuten los procedimientos de control necesarios para el alcance de las metas. Los equipos de trabajo comparten valores que se vuelven normas de conducta que los orientan en su modo de actuar en el trabajo.



Es importante que la institución cuente con un sistema de valores, porque aporta unidad y consistencia al tiempo que permite el alcance de los objetivos en sus miembros. El trabajo en equipo es una bandera que enarbolan casi todas las empresas e instituciones, en especial en aquellas donde se requiere la participación de un importante número de personas para completar una tarea. Más que una herramienta es un talento, no se decreta, no se implanta, es un talento de cada persona.

Pero no todo es fácil, si bien, una ventaja importante que un equipo tiene sobre un individuo, es su diversidad de recursos, del conocimiento y de ideas, sin embargo, la diversidad también produce conflictos, por tanto es importante saber manejarlos, ya que son inherentes a la naturaleza de las

relaciones humanas; El conflicto es el proceso en el que una de las partes percibe que la otra se opone o afecta negativamente sus intereses y pueden darse conflictos en sus formas más leves hasta los actos de violencia más abiertos.

Algunos conflictos sustentan las metas del grupo y mejoran su desempeño, éstas son formas constructivas y funcionales del conflicto. Hay conflictos que obstruyen en desempeño del grupo; éstas son formas disfuncionales o destructivas del conflicto.

El criterio que diferencia el conflicto funcional del disfuncional es el desempeño del grupo. El impacto del conflicto en el individuo y en el grupo rara vez es mutuamente excluyente, de modo que las formas en que los individuos perciben el conflicto pudieran tener una influencia importante en su efecto en el grupo. Un integrante del grupo podría percibir una acción como disfuncional, porque su resultado es personalmente no satisfactorio para él.

### **ACTIVIDADES DEL FACILITADOR**

Proyección del video “Equipos de Trabajo. Conflictos” como método de concientización de que todos tenemos una cualidad que nos hace diferentes. Para la discusión se les pedirá que reflexionen sobre la siguiente pregunta: ¿qué sensaciones y sentimientos tuvieron al ver el video?

Tiempo 15 minutos

Exposición del contenido temático utilizando apoyos visuales y ejemplificando con planteamientos o situaciones observadas en el video y de la vida cotidiana de los jóvenes.

Tiempo 15 minutos.

Aplicar la técnica grupal “La Unión Hace la Fuerza”. El objetivo de esta es que los participantes sean capaces de valorar la importancia del trabajo en equipo en el proceso productivo. El tiempo es de 20 minutos y consiste en:

1. Formar equipos de seis personas.
2. A los equipos se les da la instrucción que ingenien la forma y logren subir todos a una caja de refrescos durante 30 segundos.
3. Toma el tiempo que tarda cada equipo en realizar la actividad y sobretodo, observa las ideas, acuerdos y acciones que realizan y quienes las hace.
4. Pida a los jóvenes que escriban en rota folio, las habilidades señaladas en el ejercicio anterior. Tiempo 10 minutos.
5. Solicita a los participantes que concluyan sobre que habilidades resultaron más productivas en el sentido de haber logrado la tarea en el menor tiempo utilizado.

Antes de finalizar, analice el tema de resolución efectiva de conflictos en los grupos. 10 minutos.



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### TALLER 8

## MOTIVACIÓN LABORAL

#### 1. OBJETIVOS:

**Al final del Taller se logre:**

- Comprender los factores que hacen posible la motivación personal y cómo incide en el trabajo que desempeña, buscando un desarrollo personal y profesional.
- Mejorar la eficiencia en el servicio y en el nivel de desempeño profesional y acrecentar el los promedios de satisfacción de los clientes.
- Analizar formas de interacción afectiva sobre el clima laboral y el desempeño de sus colaboradores y compañeros de trabajo
- Proporcionar el estilo de trabajo un modelo de efectividad y descubra nuevos hábitos para mejorar su eficacia personal en el trabajo.

#### 2. CONTENIDOS

##### **DINÁMICA GRUPAL.-**

Debatir sobre las siete palabras que se pronuncian frecuentemente y  
Frases sustitutivas

- Apatía
- Robotismo
- Desaire
- Inflexibilidad

- Evasivas
- Aire de superioridad
- Frialdad

### **3. FRASE PROHIBIDA FRASE SUSTITUTIVA**

No lo sé	Averiguaré y le informaré
No podemos hacer eso	Le ofrezco esta alternativa
Tiene que....	Le sugiero
Un segundo o un momento	Podría esperar por favor

### **4. MOTIVACIÓN LABORAL**

Dar la bienvenida a los participantes, hacerles sentir seguros y darles la confianza para que ellos colaboren con este taller el cual se lo realizará haciendo grupos de tres personas para intercambiar ideas y así se conozcan un poco más.

Aprovechar las capacidades, la creatividad y el entusiasmo que cada persona posee a través de un liderazgo emocionalmente inteligente, generando espacios de motivación para los empleados, observando la predisposición general que dirige el comportamiento hacia la obtención de lo que este desea y lograr los resultados que la organización espera.

### **5. ACTIVIDADES A DESARROLLAR**

Los Talleres se desarrollan con un modelo de educación compartida, en el que los participantes construyen su aprendizaje a partir de su experiencia y la participación en el curso. Este método implica que la mayor parte del tiempo, se hacen actividades en forma individual, en parejas y en grupos pequeños para que los asistentes integren su aprendizaje a partir de su participación en el Taller.

Se utilizan exposiciones teóricas breves, cuestionarios de autodiagnóstico, ejercicios prácticos hay que señalar es que, como

consecuencia del método de trabajo, los participantes logran niveles de auto-conocimiento, confianza, motivación y compromiso interpersonal con el grupo de trabajo.

## **6. LECTURA SOBRE LA MOTIVACIÓN**

“La motivación por logro es un impulso por vencer desafíos, avanzar y crecer”. Por ejemplo, si a un individuo en su familia, escuela, iglesia, amigos y libros le hacían hincapié en el logro personal, su actitud hacia la vida tendía a ser familiar. Si recalcaban las amistades y la afiliación, las motivaciones estaban dominadas por las actitudes sociales.

También se ha comprobado que los países que cuentan con un mayor número de personas motivadas hacia el logro personal, tienden a manifestar un desarrollo económico y social más rápido. Este tipo de motivación conduce a metas e impulsos más elevados, ya que las personas trabajan mejor y alcanzan adelantos más sobresalientes.

La gente orientada hacia los logros personales busca el triunfo “per se”. No experimenta una “sed de dinero” particularmente fuerte, aunque puede adquirir riquezas en su esfuerzo por alcanzar el triunfo. Trabaja gracias a su deseo de vencer obstáculos, alcanzar metas y ser útiles a otros.

## **7. EJERCICIO**

Empezar por describirse personalmente para reconocer las virtudes y defectos para saber cuál es la razón de la desmotivación hacer un listado. Proponer una serie de características que quizás ayude o dar pistas sobre cómo es usted. No basarse únicamente en ella, sino utilizar todas aquellas palabras que definan sobre su personalidad.

¿Cómo soy yo? Haz una descripción lo más detallada posible.

- Alegre
- Con capacidad para la amistad

- Alta
- Cuidadosa
- Optimista
- Dulce
- Eficiente
- Hábil
- Independiente
- Detallista
- Creativa
- Con ganas de hacer cosas
- Con interés hacia la naturaleza
- Perfeccionista
- Con capacidad para la amistad
- Generosa
- Testaruda
- Valiente
- Simpática
- Humilde
- Atractiva
- Orgullosa
- Observadora
- Temporalmente
- Educada
- Inteligente
- Sensible
- estudiosa
- perseverante
- con interés hacia los demás
- con sentido de humor
- arisca
- con voz potente

- madura
- aburrida
- apasionada
- agradable
- divertida
- con capacidad de escuchar
- complicada
- sencilla
- confiable
- estable
- comprensiva

Comentario: Una buena motivación supone estar a gusto contigo misma, un poco especial y diferente. Significa sentirse responsable de la vida y aceptar que no todo sale como se desea. Significa que se reconoce los defectos y que se debe en lo posible limar asperezas.

Para mantener en buena forma la motivación se debe valorar las cosas buenas, aceptar las menos buenas e intentar cambiar cuando sea posible.

## **8. EL CICLO MOTIVACIONAL**

Si se analiza la motivación como un proceso para satisfacer necesidades, surge lo que se denomina el ciclo motivacional, cuyas etapas son las siguientes:

- Homeostasis: Es decir, en cierto momento el organismo humano permanece en estado de equilibrio.
- Estimulo: Es cuando aparece un estímulo y genera una necesidad
- Necesidad: Está necesidad (insatisfecha aún), provoca un estado de tensión.
- Comportamiento: El comportamiento, al activarse, se dirige a satisfacer su necesidad. Alcanza el objetivo satisfactoriamente

- Estado de tensión: La tensión produce un impulso que da lugar a un comportamiento o acción.
- Satisfacción: Si se satisface la necesidad, el organismo retorna a su estado de equilibrio, hasta que otro estímulo se presente. Toda satisfacción es básicamente una liberación de tensión que permite el retorno al equilibrio homeostático anterior.

Sin embargo, para redondear el concepto básico, cabe señalar que cuando una necesidad no es satisfecha dentro de un tiempo razonable, puede llevar a ciertas reacciones como las siguientes:

- Desorganización del comportamiento (conducta ilógica y sin explicación (aparente))
- Reacciones emocionales (ansiedad, afección, nerviosismo y otras manifestaciones como insomnio, problemas circulatorios y digestivos etc.)
- Agresividad: (física, verbal etc)
- Alineación, apatía y desinterés

Lo que se encuentra con más frecuencia en la industria es que, cuando las rutas que conducen al objetivo de los trabajadores están loqueadas, ellos normalmente “se rinden”. La moral decae, se reúnen con sus amigos para quejarse y en algunos casos, toman venganza arrojando la herramienta (en ocasiones deliberadamente) contra la maquinaria, u optan por conductas impropias, como forma de reaccionar ante la frustración.

## **9. APRENDIZAJE DE LA MOTIVACIÓN**

Algunas conductas son totalmente aprendidas, precisamente, la sociedad va moldeando en parte la personalidad. Nacemos con un bagaje instintivo, con un equipo orgánico, pero la cultura va con un bagaje instintivo, con un equipo orgánico, pero la cultura va moldeando nuestro comportamiento y creando nuestras necesidades. Las normas morales, las

leyes, las costumbres, las ideologías y la región, influyen también sobre la conducta humana y esas influencias quedan expresadas de distintas maneras. En cualquiera de tales casos, esas influencias sociales externas se combinan con las capacidades internas de la persona y contribuyen a que se integre la personalidad del individuo, aunque, en algunos casos y en condiciones especiales, también puede causar la desintegración.

Sucede que lo que una persona considera como una recompensa importante, otra persona podría considerarlo como inútil. Por ejemplo, un vaso con agua probablemente sería más motivador para una persona que ha estado muchas horas caminando en un desierto con mucho calor, que para alguien que tomó tres bebidas frías en el mismo desierto. E inclusive tener una recompensa que sea importante para los individuos no es garantía de que los vaya a motivar. La razón es que la recompensa en sí no motivará a la persona a menos que sienta que el esfuerzo desplegado te llevará a obtener esa recompensa. Las personas difieren en la forma en que aprovechan sus oportunidades para tener éxito en diferentes trabajos. Por ello se podrá ver que una tarea que una persona podría considerar que le producirá recompensas, quizá sea vista por otra como imposible.

El mecanismo por el cual la sociedad moldea a las personas a comportarse de una determinada manera, se da de la siguiente manera:

- El estímulo se activa
- La sociedad, por intermedio de un miembro con mayor jerarquía (padre, jefe, sacerdote, etc.) trata de enseñar, juzga el comportamiento y decide si éste es adecuado o no.
- La persona responde ante el estímulo.
- La recompensa (incentivo o premio) se otorga de ser positivo. Si se juzga inadecuado, proporciona una sanción (castigo).
- La recompensa aumenta la probabilidad de que, en el futuro, ante estímulos semejantes, se repita la respuesta prefijada. Cada vez que esto sucede ocurre un refuerzo y, por tanto, aumentan las

probabilidades de la ocurrencia de la conducta deseada. Una vez instaurada esa conducta se dice que ha habido aprendizaje.

- El castigo es menos efectivo; disminuye la probabilidad de que se repita ese comportamiento ante estímulos semejantes.
- El aprendizaje consiste en adquirir nuevos tipos actuales o potenciales de conducta. Este esquema no sólo es válido para enseñar normas sociales sino, además, cualquier tipo de materia. Una vez que se ha aprendido algo, esto pasa a formar parte de nuestro repertorio conductual.
- La motivación es un factor que debe interesar a todo administrador que deberá estar consciente de la necesidad de establecer sistemas de acuerdo a la realidad de su país y al hacer esto, deberá tomar en cuenta que la motivación es un factor determinante en el establecimiento de dichos sistemas, para poder entender las motivaciones en todos estos casos, es importante desarrollar investigación del campo motivacional.

Las Instituciones generalmente están empeñadas en producir más y mejor en un mundo competitivo y globalizado, la alta gerencia de las organizaciones tiene que recurrir a todos los medios disponibles para cumplir con sus objetivos. Estos medios están referidos a planeamiento estratégico, aumento de capital, tecnología de punta, logística apropiada, políticas de personal, adecuado usos de los recursos, etc.

Obviamente, las estrategias sobre dirección y desarrollo del personal se constituyen como el factor más importante que permitirá ayudar al logro de los objetivos empresariales y al desarrollo personal de los trabajadores.

Dentro de este campo, existen complejos procesos que intervienen, tales como:

- Capacitación
- Sistema de recompensa, etc.

- Liderazgo
- Seguridad
- Políticas de contratación
- Relaciones humanas
- Capacitación
- Remuneraciones
- Condiciones de trabajo
- Motivación
- Clima organizacional
- Sistemas de recompensa, etc.

En dicho contexto, la motivación del personal se constituye en un medio importante para apuntalar el desarrollo personal de los trabajadores y, por ende, mejorar la productividad en la empresa.

Para mantener tal grado de compromiso y esfuerzo, las organizaciones tienen que valorar adecuadamente la cooperación de sus miembros, estableciendo mecanismos que permitan disponer de una fuerza de trabajo suficientemente motivada para un desempeño eficiente y eficaz, que conduzca al logro de los objetivos y las metas de la organización y al mismo tiempo se logre satisfacer las expectativas y aspiraciones de sus integrantes.

En resumen, el estudio de la motivación y su influencia en el ámbito laboral, pues, no es otra cosa que el intento de averiguar, desde el punto de vista de la psicología, a qué obedecen todas esas necesidades, deseos y actividades dentro del trabajo, es decir, investiga la explicación de las propias acciones humanas y su entorno laboral: ¿Qué es lo que motiva a alguien a hacer algo? ¿Cuáles son los determinantes que incitan? Cuando se produce un comportamiento extraordinario de algún individuo siempre nos parece sospechoso. Frecuentemente intentamos explicar el patrón diferente haciendo referencia a los motivos, por ejemplo, si alguien triunfa en la bolsa escucharíamos.



## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### TALLER 9

# Actitud Positiva



#### 1. OBJETIVOS:

- Brindar a los participantes instrumentos que le ayuden a mejorar las actitudes y sus emociones con las que puedan manejar efectivamente las situaciones y relaciones laborales
- Sensibilizar a los participantes sobre la importancia de adoptar actitudes mentales positivas
- Ejercitar ciertas herramientas necesarias para optar una actitud positiva

#### 2. CONTENIDOS

ACTITUD POSITIVA

DINÁMICA GRUPAL

#### 3. REGLAS DE CORTESÍA AL CONTESTAR EL TELÉFONO

Reflexionar sobre las siguientes frases, luego solicitar a los participantes del taller que indiquen el mensaje que entrega cada una de ellas:

- Concéntrese, escuche bien lo que le dicen, escuche el 80% y hable el 20%
- Repita el mensaje escuchado
- Tome notas para recordar
- Evite dejar llamadas en espera
- Analice el estado de ánimo de su interlocutor, aplicando siempre la empatía.
- Establezca un diálogo agradable
- Sonría con su suave voz
- No se despidas sin antes asegurarse que el cliente ha obtenido todo lo que necesitaba.



Fuente: <http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/odiavie/category/valores>



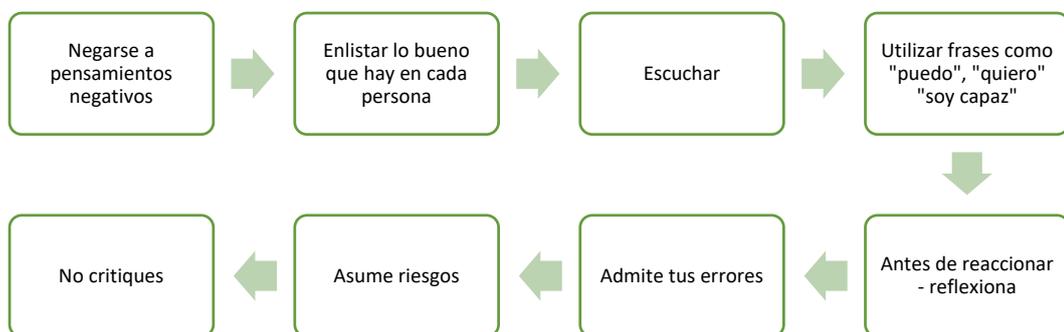
## ACTITUD POSITIVA

Las actitudes son la disposición con que se afronta la realidad en todo momento, pudiendo siempre elegir qué tipo de actitud se adoptara ante tal o cual evento. La actitud positiva es la actitud mental y emocional adecuada en cualquier situación ayudándonos a resolver los problemas que puedan aparecer en el camino. La actitud que se toma frente a los problemas o hechos que se presentan habitualmente es finalmente la que determina la dimensión e importancia de los mismos.

Así, una actitud frente a una tarea nueva en el trabajo o de dificultad mayor, sería por ejemplo el considerarla una oportunidad de desarrollo laboral, de ser más especialista en lo que hace, de demostrar que aprende en poco tiempo y lo hace bien, un reto a las propias capacidades. Al contrario, y retomando el mismo ejemplo, una actitud negativa sería considerar esta nueva tarea en el trabajo como una carga.

También, la actitud positiva consiste en disfrutar el acto social de participar en una organización cualquiera para el logro de su misión, visión y sus objetivos. Lo anterior puede ayudar a la persona a retomar la consciencia por el trabajo, poner las cosas en su sitio, aumentar la productividad, y de paso poner la vida privada y profesional de vuelta en un equilibrio saludable. Está en nosotros decidir qué actitud queremos tomar: la positiva o la negativa. Por supuesto, que los buenos resultados no se logran sólo con buenas actitudes, implican conocimientos, habilidades, experiencia acumulada, entre otros factores. Pero si no se cuenta con la actitud adecuada es muy difícil que las personas logren trabajar juntas en busca de mejores soluciones, y menos podrán disfrutar los éxitos alcanzados. En tanto que una actitud negativa a través del tiempo va deteriorando la confianza que se ha construido entre las personas que conforman el equipo humano de un empresa, de modo que esta confianza se va debilitando hasta desaparecer junto con el equipo, y por tanto, la capacidad que el equipo tenía para alcanzar resultados de excelencia o superiores, también se ve severamente dañados. Recuerde que hay dos formas de ver el vaso: medio lleno y puedes alegrarte al observar la mitad llena o puedes preocuparte por la mitad vacía.

### PAUTAS PRÁCTICAS PARA TENER UNA ACTITUD POSITIVA



Elaborado por: Verónica Cerda

# ACTITUD POSITIVA



Fuente: <http://buscoorientacionyempleo.blogspot.com/2012/12/actitud-positiva-para-tu-busqueda-de.html>



## ACTIVIDADES DEL FACILITADOR

**Inicie el tema, por medio de la proyección del video “Ese no es mi Problema”, como método de sensibilización.**

**Tiempo 8 – 10 minutos.**

**<https://www.youtube.com/watch?v=JOhDDSJf-OU>**

- ✓ Para la discusión se darán 10 minutos y se les pedirá a los participantes que reflexionen sobre la siguiente pregunta:

¿Qué hubieras hecho tú? ¿Qué sanciones positivas y negativas, sentimientos tuvieron al ver el video?

- ✓ Exposición del tema con ayuda de apoyo didáctico. Cómo mínimo se deberán tratar los puntos de la ficha técnica Tiempo 15 minutos.
- ✓ Leer de manera grupal la lectura “El efecto Pigmalión” y comentar en grupo la moraleja de la lectura. No se trata de que cada uno dé su opinión individual solamente, sino de generar una discusión entre los participantes.

Tiempo 10 minutos

- ✓ Con el propósito de que los participantes estén preparados para enfrentarse a distintos escenarios; se aplicará la técnica grupal “Lluvia de ideas”, con ella, se practicarán las pautas para tener una actitud positiva.

- ✓ Divida al grupo en 5 6 equipos (de 4 a 5 personas cada uno). Explique los propósitos de la técnica, enuncie las preguntas que se van a discutir y las reglas de juego.
- ✓ Solicite una respuesta a cada equipo y vaya anotando en el rota folio que corresponda. Lleve al grupo a discutir las respuestas y a escoger las consideradas más útiles para manejar cada uno de los escenarios.
- ✓ Reparta las fechas que contienen las situaciones una por equipo, de uno o dos minutos para que los participantes piensen en sus respuestas a las situaciones.
- ✓ Frente a una situación importante, ¿utilizas pensamientos positivos como “yo quiero”, “yo puedo” o “yo soy capaz” o te rindes antes de iniciarla?
- ✓ Realiza un inventario de todo lo que tienes en la vida. Recuérдалo siempre que te enoje no tener algo.

## ACTIVIDADES DEL FUNCIONARIO





## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### TALLER 10

# CREATIVIDAD INNOVACIÓN Y CAMBIO

#### 1.- OBJETIVOS:

- Analizar técnicas de implementación de ideas creativas y resaltar la importancia que tiene para las instituciones educativas ponerlas en práctica, así como el papel del cambio en la transformación de éstas.
- Descubrir qué cambios requiere hacer una persona para desarrollar el pensamiento lateral, superar los obstáculos y enfrentar la crisis.
- Solucionar un problema o reto mediante una nueva forma de hacer las cosas, realizar tareas y alcanzar los resultados deseados.

#### 2. CONTENIDOS

##### DINÁMICA GRUPAL

##### LOS CURIOSOS

Se solicita la colaboración de 406 participantes voluntarios que sean creativos, pasan delante del grupo se les pide que por medio de preguntas ayuden a todos a descubrir qué personas hay en el grupo; A cada pregunta de los curiosos el grupo responde qué clase de personas participan en el taller.

### 3. CREATIVIDAD INNOVACIÓN Y CAMBIO

## VALORES Y ACTITUDES A DESARROLLAR



### CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

#### 4. CREATIVIDAD.

##### ¿Qué entendemos por creatividad?

El Pensamiento Lateral tiene como objetivo principal la disgregación de los conceptos establecidos, para que pueda producirse su reestructuración automática. Asimismo, se concibe como un Pensamiento Creativo, una forma de escapar a las ideas fijas. Es una habilidad para hablar de la creatividad tenemos que hablar antes del pensamiento. En este sentido, el Dr. Edward de Bono 17 distingue entre dos tipos de pensamiento.

- El Vertical, que usa el proceso lógico según el método histórico tradicional, es decir, aborda los problemas desde el lado racional.
- El lateral: involucra desorganizar una secuencia lógica y llegar a la solución desde otro ángulo.

De acuerdo a este autor, el Pensamiento Lógico es fundamentalmente hipotético y deductivo, lo que él considera como una gran limitación de

posibilidades cuando se trata de buscar soluciones a problemas nuevos que necesitan nuevas ideas.

Asimismo, es la capacidad de un cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original. Es el principio básico para el mejoramiento de la inteligencia personal y del progreso de la sociedad y es también, una de las estrategias fundamentales de la evolución natural. Es un proceso que se desarrolla en el tiempo y que se caracteriza por la originalidad, por la adaptación y por sus posibilidades de realización concreta”.

Cabe decir que todas las personas nacemos con la capacidad creativa que luego puede ser estimulada o no. Si es estimulada, la misma se puede desarrollar y esto permite que perdure en el tiempo o incluso sea mejorada después.

Para los individuos poseer creatividad significa diferenciarse de los demás. Para las empresas u organizaciones tener individuos creativos implica alcanzar ventajas estratégicas. Y para las sociedades fomentar o proteger debidamente la creatividad implica mejorar el nivel de vida de sus ciudadanos en su conjunto.

Siendo así, y de acuerdo a Julio César Penagos y Rafael Aluni “los mayores logros de la humanidad se deben a la creatividad. Las personas que iniciaron acciones que aceleraron, cambiaron, transformaron el curso de historia, son personas que pueden ser consideradas creativas. Estas personas fueron capaces de establecer relaciones de conocimiento, de ver en dónde otros no veían, de establecer nuevas preguntas, de dar respuestas originales, las cuales fueron consideradas útiles para el entorno social...

“... La creatividad es una condición necesaria para el crecimiento de un país, para el desarrollo de la humanidad, para la calidad de lo humano

(...) La creatividad es a la humanidad lo que la evolución a todas las especies. Seremos más humanos entre más creativos seamos”

## CARACTERÍSTICAS DE LA CREATIVIDAD

- **Flexibilidad.** Característica de la creatividad mediante el cual se transforma el proceso para alcanzar la solución del problema o el planteamiento de éste. Involucra una transformación, un cambio, un replanteamiento o una reinterpretación.
- **Fluidez.** Es la característica de la creatividad o la facilidad para generar un número elevado de ideas.
- **Originalidad.** Es la característica que define a la idea, proceso o producto como algo único o diferente.
- **Elaboración.** Es el nivel de detalle, desarrollo o complejidad de las ideas creativas.

### 3. ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Los Talleres se desarrollan con un modelo de educación compartida, en el que los participantes construyen su aprendizaje a partir de su experiencia y la participación en el curso. Este método implica que la mayor parte del tiempo, se hacen actividades en forma individual, en parejas y en grupos pequeños para que los asistentes integren su aprendizaje a partir de su participación en el Taller.

Se utilizan exposiciones teóricas breves, cuestionarios de autodiagnóstico, ejercicios prácticos hay que señalar es que, como consecuencia del método de trabajo, los participantes logran niveles de auto-conocimiento, confianza, motivación y compromiso interpersonal con el grupo de trabajo.

## **4. LECTURA**

### **LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN**

#### **La creatividad**

Es la fuente de la innovación y debe ser desarrollada en un proceso de aprendizaje continuo y acumulativo que se verá en el incremento de la productividad y la competitividad de la organización a través de resultados innovadores, los cuáles en la medida que van obteniéndose y dando efectos favorables se convierten en el eje del proceso de transformación de las actividades tradicionales en la búsqueda de opciones productivas, transfiriendo e este proceso metodológico de gestión.

En esta dinámica la visión del negocio, es la fuerza vital que guía a la organización hacia una meta común, facilitando la evolución dinámica de las diferentes variables que la integran, aún sin control y supervisión. Estas variables en su conjunto definen aspectos importantes de la organización como la conducta, respuesta al medio ambiente, operatividad interna, su conocimiento y modificación permitiendo cambiar la conducta de la organización hacia niveles más altos de desempeño.

La diferenciación de producto y la capacidad de agregar valor es la condición poderosa del versátil escenario que las empresas deben enfrentar dado por las modificaciones actuales de los patrones de consumo, los cambios en la estructura productiva y los cambios tecnológicos. Los consumidores de hoy no sólo esperan la “calidad tradicional” del producto, sino que valoran la diferenciación “más allá de la calidad”, a través de nuevos “valores agregados”

Los consumidores de hoy no solo esperan la “calidad tradicional” del producto, bien o servicio, sino que valoran la diferenciación “más allá de la calidad”, a través de nuevos “valores agregados”.

## **6.8. Impactos**

Mediante la aplicación de esta propuesta se espera alcanzar un servicio de calidad y excelencia para que los clientes se sientan satisfechos y ayudar al adelanto institucional para que la Universidad logre situarse entre las mejores del País.

Los impactos que se tomaron en cuenta son de tipo socio educativo ya que colaborarán con la actualización de conocimientos sobre cómo se debe atender con calidad y efectividad a los clientes que a diario visitan la institución.

## **6.9. Difusión**

Mediante la elaboración de un Programa de Capacitación sobre atención y servicio al cliente, servirá para el mejoramiento de los servicios que ofrece la institución, este programa será entregado principalmente a la primera autoridad, así como también al departamento de talento humano para que ellos analicen cuando y donde se deben impartir los cursos de la Guía de Talleres.

## **BIBLIOGRAFÍA**

1. ALBRECHT, KARL y LAWRENCE J. BRADFORD. LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO. ¡Conozca y comprenda a sus clientes!. - Diseño del Servicio al cliente. 3R EDITORES LTDA, 1998, Colombia.
2. DESATNICK, Robert L. (1991). Como conservar su Clientela. El secreto del servicio. Colombia-Bogota. Ed. Legis - Serie Empresarial.
3. GIL SAURA, Irene, SÁNCHEZ PÉREZ, Manuel. (2005, Julio). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. Cuadernos de Estudios Empresariales. núm. 15 47-72. ISSN: 1131-6985.
4. MORENO Pardo, Álvaro J. (Productor). Servicio al cliente. (Video). Colombia.
5. PÉREZ Sánchez, Fernando A. Conferencia Internacional de Ciencias Empresariales - La filosofía del servicio al cliente orientada a Latinoamérica. Colombia: INPEFRA Ingenieros.
6. RODRÍGUEZ A., José Luis. (2006, agosto). Seminario La importancia del servicio al Cliente. Guatemarmol.

## **LINKOGRAFÍAS**

<http://licteregomar.blogspot.com/2009/01/10-competencia-genrica-definicion-y.html>

<http://ady-info-design.lacoctelera.net/post/2011/07/16/la-fundamentacion-teorica-una-tesis>

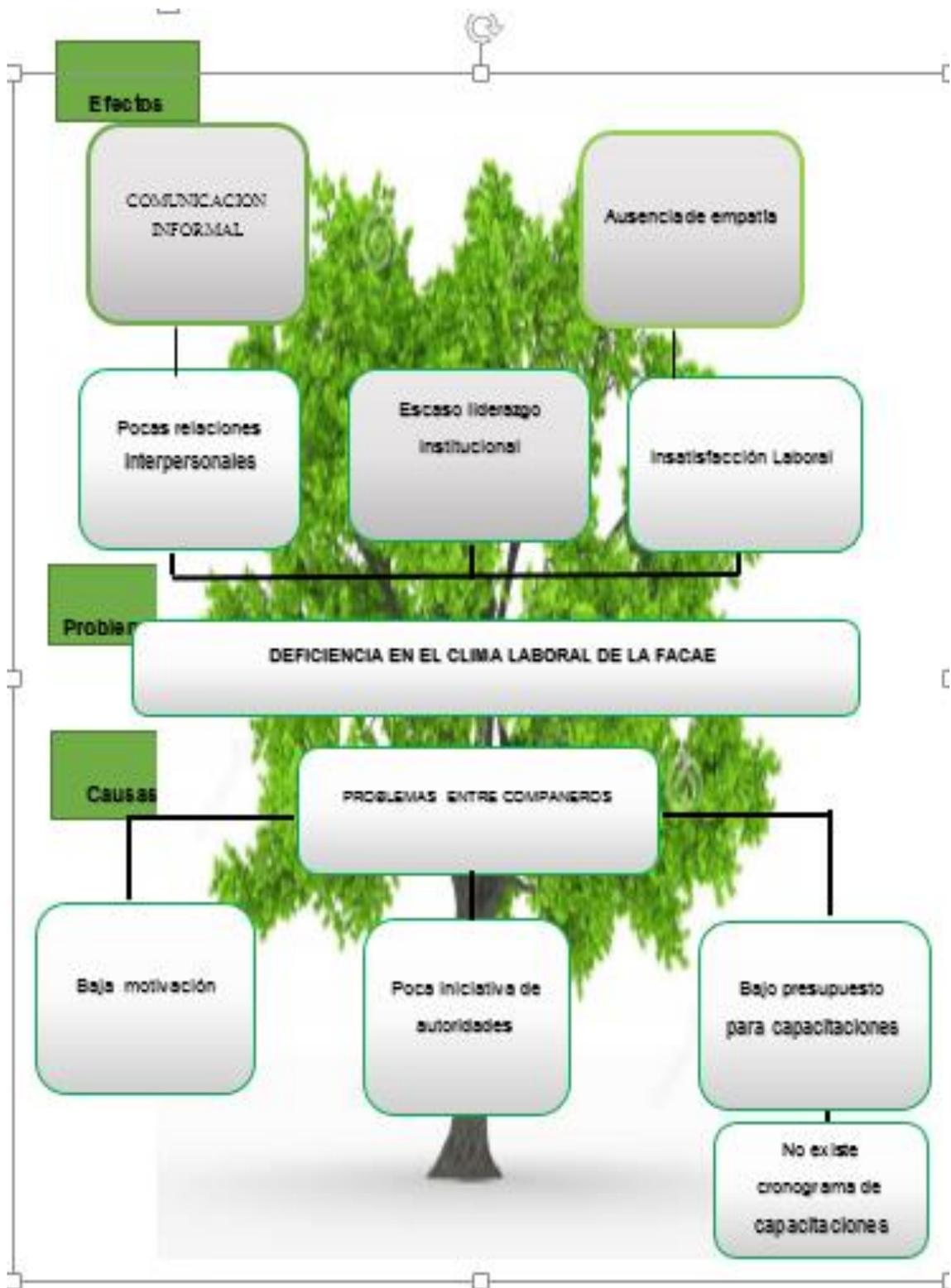
<http://secretariasweb.blogspot.com/2009/08/la-secretaria-y-la-tecnologia.html>

# ANEXOS

## **Anexo 1 ÁRBOL DE PROBLEMAS**

### **IDENTIFICACIÓN DE CAUSAS Y EFECTOS**

Al realizar un análisis minucioso de la manera en la que influye un inadecuado clima laboral en las organizaciones a nivel general, se ha podido llegar a la conclusión de que las principales causas y efectos, son los que a continuación ilustra en el gráfico Ishikawa:



## **Anexo 2 FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **ENCUESTA A USUARIOS**



### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

### **FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Sr.(a) Usuario

Se solicita de la manera más cordial se dignen llenar este cuestionario que tiene por objeto recoger la información sobre la calidad de servicio al cliente que recibe usted en esta Facultad. Estos datos serán manejados solo para el objetivo señalado y son de exclusiva utilidad para este estudio seleccionado.

#### **INSTRUCTIVO**

Seleccione la respuesta que usted crea correcta, a cada una de las preguntas que se le proponen, si no tiene respuesta para alguna de ellas deje en blanco el espacio respectivo. La cooperación que brinde con sus respuestas claras y honestas es crucial para el mejoramiento del clima laboral y el servicio al cliente en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. La Encuesta es anónima para garantizar la veracidad en las respuestas.

## CUESTIONARIO

- 1) Considera usted que el servicio de atención al cliente que prestan las secretarías es el adecuado.

Siempre	Casi Siempre	Nunca
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 2) En los últimos tres meses luego de la capacitación al personal de secretaría ha visto mejorías.

Muy Bueno	Bueno	Malo
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 3) Cómo calificaría el desempeño de secretaría de la FACAE

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

- 4) Cree que la secretaría debe tener cursos de mejoramiento continuo

Periódicamente	De vez en cuando	Nunca
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 5) Usted como estudiante cree que su historial académico es guardado en forma segura

Muy de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

6) Considera usted que el personal de secretaría cuenta con todas las cualidades de atención al cliente

(Siempre)	(A veces)	(Frecuentemente)	(Nunca)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

7) Cree usted que es necesario que la secretaría cuente con una guía que le permita optimizar la atención al usuario de la facultad.

Si	No	Talvez
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

8) Cuando usted solicita un trámite se procede con eficiencia en su gestión.

Mida su nivel de confianza cuando solicita un trámite.

20%	25%	50%	75%	100%
<input type="text"/>				

9) Que percepción tiene usted sobre el clima laboral de las secretarías.

Tenso	Agradable	Confiable	Desagradable
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

10) Volvería a solicitar los servicios de la UTN

Seguro	<input type="radio"/>
Posiblemente	<input type="radio"/>
Nunca	<input type="radio"/>

11) Sus quejas y reclamos son atendidos oportunamente

Si	No
<input type="text"/>	<input type="text"/>

12) Qué nivel de solidaridad tiene la secretaría de la Facultad

Solidario	Muy solidario	Nada solidario
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

## **Anexo 3 FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **ENCUESTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO**



### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

### **FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Sr. (a) Usuario

Le solicitamos de la manera más cordial se digne llenar este cuestionario que tiene por objeto recoger la información sobre la calidad de servicio al cliente que recibe usted en esta Facultad. Estos datos serán manejados solo para el objetivo señalado y son de exclusiva utilidad para este estudio seleccionado.

### **INSTRUCTIVO**

Seleccione la respuesta que usted crea correcta, a cada una de las preguntas que se le proponen, si no tiene respuesta para alguna de ellas deje en blanco el espacio respectivo. La cooperación que brinde con sus respuestas claras y honestas es crucial para el mejoramiento del clima laboral y el servicio al cliente en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. La Encuesta es anónima para garantizar la veracidad en las respuestas.

## CUESTIONARIO

- 1) Considera usted que los estudiantes se encuentran satisfechos con el servicio de atención al cliente

Siempre	Casi Siempre	Nunca
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

- 2) En los últimos tres meses el ambiente laboral en su Facultad ha sufrido cambios

Si	No	Talvez
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

- 3) Guarda con responsabilidad el historial de los estudiantes

Siempre	<input type="text"/>
A veces	<input type="text"/>
Nunca	<input type="text"/>

- 4) Cree usted que es necesario que toda secretaria cuente con un manual de ayuda.

Si	No	Talvez
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

- 5) Cómo califica usted el ambiente laboral en su Facultad.

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

- 6) Usted como funcionaria asiste a capacitaciones regularmente.

Periódicamente	De vez en cuando	Nunca
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

- 7) Cuánto se demora en tramitar la documentación solicitada por un alumno.

1 día	1 semana	1 mes	2 meses
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

8) Considera usted que tiene las cualidades profesionales apta para la atención al público.

(Siempre)	(A veces)	(Frecuentemente)	(Nunca)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

9) Cómo calificaría usted la atención que brinda a los estudiantes.

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Malo
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

10) Cómo considera usted su respuesta ante las quejas o reclamos que hacen los estudiantes

Amigable	Proporciona Solución	Desagradable
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

11) Cree usted que es importante socializar la guía sobre el Clima Organizacional como un taller para los estudiantes.

Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

12) Considera que la solidaridad es un factor que identifica a la secretaria de la FACAE

Si	No
<input type="text"/>	<input type="text"/>

#### Anexo 4 MATRIZ DE COHERENCIA

<p style="text-align: center;"><b>TEMA</b></p> <p><b>ENTORNO LABORAL Y CALIDAD DE ATENCION AL CLIENTE EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>OBJETIVOS GENERALES</b></p> <p>Determinar el efecto que ocasiona el entorno laboral en la calidad de atención al cliente en la Facultad de Ciencias administrativa y Económicas de la Universidad Técnica del Norte</p>
<p style="text-align: center;"><b>INTERROGANTES EN LA INVESTIGACIÓN</b></p> <p>¿Cuál es la situación actual de la FACAE?</p> <p>¿Cómo Identificar si los factores del entorno laboral de la Facultad, influyen en la satisfacción al cliente?</p> <p>¿La aplicación de una Guía sobre el clima laboral permitirá optimizar la atención a los usuarios da la FACAE?</p> <p>¿El conocimiento y dominio de técnicas de atención al cliente mejorará el servicio en la Facultad?</p>	<p style="text-align: center;"><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diagnosticar el entorno laboral de la FACAE</li> <li>- Analizar los factores del Clima Organizacional, que repercuten en la atención al cliente de la FACAE</li> <li>- Diseñar una guía del Clima Organizacional que permita optimizar la atención a los usuarios.</li> <li>- Socializar la Guía</li> </ul>

Elaboración: Investigadora Verónica Cerda L.

Anexo 5 INSTALACIONES EDIFICIO FACAE UTN

**EDIFICIO FACAE**

**EDIFICIO FACAE PARTE PRINCIPAL**



## **CARRERAS DE LA FACULTAD**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD**



### **CARRERAS DE INGENIERÍAS EN MERCADOTECNIA Y ECONOMÍA**



## CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



**SOCIALIZACIÓN DEL MANUAL**



**ENTREGA DE UN EJEMPLAR A LA AUTORIDAD DE LA FACULTAD**





# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

IBARRA - ECUADOR - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ACREDITADA RESOLUCIÓN N° 001-073-CEAACES-2013-13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

DECANATO

TELÉFONO: (06)2997800

Junio 20, 2014  
Oficio 0404

Tecnóloga  
Verónica Cerda  
ESTUDIANTE FECYT

De mi consideración:

En atención a la comunicación del 17 de junio, autorizo elaborar el anteproyecto titulado "ENTORNO LABORAL Y CALIDAD DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE", previo la obtención de la Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en Español, y que se le brinde las facilidades necesarias para el desarrollo del mismo; ya que servirá de insumo para la gestión en la facultad.

Cordialmente,

"CIENCIA Y TÉCNICA AL SERVICIO DEL PUEBLO",

Dra. Soraya Rhea G.  
DECANA

Mariela C.  
Guía: 03269

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y ECONÓMICAS U.T.N.

DECANATO

Ibarra - Ecuador

## Misión Institucional

Contribuir al desarrollo educativo, científico, tecnológico, socioeconómico y cultural de la región norte del país. Formar profesionales críticos, humanistas y éticos comprometidos con el cambio social.

Ciudadela Universitaria barrio El Olivo  
Teléfono: (06) 2 953-461 Casilla 199  
(06) 2 609-420 2 640-811 Fax: Ext:1011  
E-mail: [utn@utn.edu.ec](mailto:utn@utn.edu.ec)  
[www.utn.edu.ec](http://www.utn.edu.ec)



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001- 073 CEAACES - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

SCIENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI

## CERTIFICO:

Que, la señora **ALICIA VERÓNICA CERDA LÓPEZ** con cédula de ciudadanía 100189870-7, realizó la Socialización de la **GUÍA EL ENTORNO LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE** el día 20 de julio del 2016, el material es muy interesante, práctico e innovador el mismo que tuvo una excelente recepción por los compañeros, a quienes les de mucha utilidad para su desempeño laboral en especial en la atención al cliente interno y externo.

Muchas felicitaciones a nuestra compañera por su iniciativa.

Atentamente,

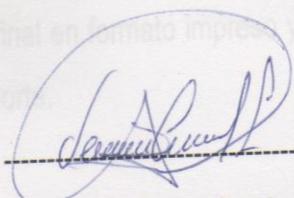
Dra. Soraya Rhea G.  
DECANA FACAE

Av. 17 de Julio s - 21y José María Córdova  
Ciudadela Universitaria Barrio El Olivo  
Teléfono: (06) 2997800 Casilla 199  
E-mail: info@utn.edu.ec  
www.utn.edu.ec  
Ibarrá - Ecuador

## AUTORÍA

Yo, ALICIA VERÓNICA CERDA LÓPEZ portadora de la cédula de ciudadanía número 100189870-7, declaro bajo juramento que la presente investigación de mi autoría **"EL ENTORNO LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, 2015 - 2016"**, no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que contiene este documento.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento en que haga entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



-----  
**Alicia Verónica Cerda López**

Ibarra, a 4 de julio 2016

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, ALICIA VERÓNICA CERDA LÓPEZ, portadora de la cédula de identidad Nro. 100189870-7 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley Intelectual del Ecuador, en calidad de Autor del Trabajo de Grado denominado "EL ENTORNO LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, 2015 – 2016", que ha sido desarrollada para la obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español.

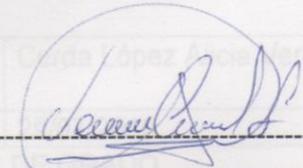
En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento en que haga entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

EMAIL: [veritodayani@gmail.com](mailto:veritodayani@gmail.com)

Ibarra, a 4 de julio 2016 TELEFONO MOVIL: 0997790435

TITULO: "EL ENTORNO LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA."

AUTOR (ES) Cerda López Alicia Verónica

FECHA: AAAA/MM/DD 

**Alicia Verónica Cerda López**

PROGRAMA:  PREGRADO ID. 100189870-7  POSGRADO

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICIDAD A FAVOR DE LA**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>		
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1001898707	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Cerde López Alicia Verónica	
<b>DIRECCIÓN:</b>	IBARRA	
<b>EMAIL:</b>	veritodayani@gmail.com	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	06 2642530	<b>TELÉFONO MÓVIL</b> 0997790435
<b>DATOS DE LA OBRA</b>		
<b>TÍTULO:</b>	"EL ENTORNO LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, PERIODO 2015-2016"	
<b>AUTOR (ES):</b>	Cerde López Alicia Verónica	
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	29-07-2016	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO		
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>	
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español	
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Msc. Galo Fabián Álvarez Tafur	

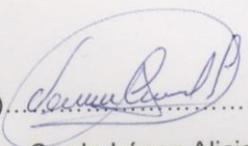
Yo, Cerda López Alicia Verónica, con cédula de identidad Nro. 100189870-7, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o Trabajo de Grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIA

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

Ibarra, a los veinte y nueve días del mes de julio de 2016

#### LA AUTORA:

(Firma)  .....

Nombre: Cerda López Alicia Verónica

Cédula: 100189870-7