



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**CARRERA DE LICENCIATURA EN SECRETARIADO**

**EJECUTIVO**

**DESEMPEÑO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA PÚBLICA DE  
SERVICIOS MUNICIPALES DEL CANTÓN ANTONIO ANTE (SERMAA-EP) EN EL AÑO  
2016**

**AUTORA**

**ANA CAROLINA PUMA LOPEZ**

**DIRECTOR: MSc. Sandra Pozo**

**Ibarra, 2018**

## CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA

Luego de haber sido designada por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como directora del trabajo de grado con el siguiente tema: "DESEMPEÑO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA PÚBLICA DE SERVICIOS MUNICIPALES DEL CANTÓN ANTONIO ANTE (SERMAA-EP) EN EL AÑO 2016". Trabajo realizado por la señora egresada Puma López Ana Carolina, previo a la obtención del Título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español.

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



MSc. Sandra Pozo

DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

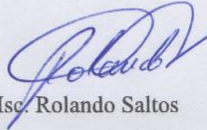
En la ciudad de Ibarra a los 27 días del mes de abril del 2018, se procede a la Aprobación por parte del Tribunal para obtener el grado de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español.



Msc. Richard Encalada

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

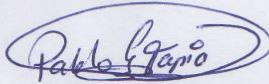
C.I. 100258363-9



Msc. Rolando Saltos

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

C.I. 100172289-8



Msc. Pablo Tapia

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

C.I. 1001797696

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”



Carlina Puma

C.C.100334006-2

## **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo realizar un manual de atención al cliente para la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante SERMAA-EP, se orientó resolver la problemática que existe con respecto a la mala atención de los empleados de la empresa hacia los clientes y así mejorar sus niveles de atención y capacitación permanente en la empresa. El tipo de investigación fue de campo - estadístico, con enfoque descriptivo. Así mismo se expone tres métodos para el desarrollo de esta investigación, donde se expone la población que es igual a la muestra del objeto de estudio, la cual tiene más trescientos clientes que pertenecen a nuestra empresa. Las técnicas e instrumentos de recolección de datos fue una encuesta, estas fueron procesadas y tabuladas en tablas y gráficas. En este manual se presentan muchas propuestas para mejorar la atención al cliente en la empresa SERMAA-EP

## **PALABRAS CLAVES**

**Atención al cliente, calidad en la atención al cliente, satisfacer necesidades, tipos de clientes, amabilidad al cliente.**

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to provide a customer service manual for Antonio Ante SERMAA-EP municipal services company. The aim was to solve the problems that exist regarding to the poor attention customer service of the employees of the company towards the clients, this research aims at improving their levels of care and ongoing training in the company. The type of research was field - statistical, with a descriptive approach. Likewise, three methods are presented for the development of this research, where the population that is equal to the sample of the study object of study is exposed, which has more than three hundred clients that belong to the company. The techniques and instruments of data collection were surveys, these were processed and tabulated in tables and graphs. This manual presents many proposals to improve customer service in the company SERMAA-EP

## **KEYWORDS**

**Customer service, quality in customer service, meet needs, types of clients, friendliness to the customer.**

## **DEDICATORIA**

Ha transcurrido cuatro años cuando decidí tomar un reto en mi vida el cual estoy por culminar. Quería una carrera, una profesión, estudiar y lo logré.

Quiero dedicar este triunfo a mi familia, en especial a mi esposo y a mis hijos porque ellos fueron el impulso que yo necesitaba para salir adelante en este nuevo reto en mi vida.

A mis padres y hermanas por todo ese apoyo y empuje que día a día me han dado para poder culminar; no ha sido fácil lo sé pero hoy entiendo que nada en la vida es fácil, todo es con esfuerzo, dedicación y constancia con que se logran las cosas y me siento muy orgullosa de mí misma ya que he sacrificado muchas cosas a lo largo de este tiempo y me he demostrado a mí mismo que si se puede alcanzar lo que uno se quiere.

## **AGRADECIMIENTO**

Las grandes metas si se pueden cumplir hoy lo sé. Me parecía tan difícil y tan largo seguir una carrera, más aún cuando ya han transcurrido algunos años desde que terminé el bachillerato, pero gracias a la fuerza que me dio toda mi familia hoy estoy culminando este sueño; gracias a mi hermana Carli quien fue la primera persona que me impulso a seguir con mis estudios, a mi mami que apoyó esta gran idea y ha sido incondicional en darme el tiempo que he necesitado para salir adelante, gracias por cuidar de mis pequeños hijos mientras yo asumía las enseñanzas; gracias a mi esposo y a mis hijos por todo el tiempo que no he podido estar con ustedes por dedicarme a cumplir el sueño de mi vida, a mi padre que a pesar de todo me ha sabido impulsar en mi carrera, a mis hermanas, a mis suegros, y cuñadas que también han puesto su granito de arena para que yo siguiera sin desmayar, a mi cuñada Gloria por ayudarme con mi tesis, gracias por ese tiempo que me dedicaste, por desvelarte conmigo y estar ahí cuando te necesitaba; pero sobre todo agradezco a Dios por haberme dado la vida las fuerzas y la sabiduría para salir adelante.

Gracias a mis maestros por todas sus enseñanzas a lo largo de mi carrera; y a todos que directa o indirectamente me apoyaron para que este sueño hoy se haga realidad.



## ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA .....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
RESUMEN .....	v
PALABRAS CLAVES.....	v
ABSTRACT .....	vi
KEYWORDS.....	vi
DEDICATORIA .....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	ix
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	xiv
CAPITULO I.....	16
MARCO TEÓRICO.....	16
1.1. Fundamentación Filosófica.....	16
1.2. Fundamentación Axiológica.....	17
1.3. Fundamentación Legal .....	17
1.4. Fundamentación Teórica .....	18
1.4.1. Prestación de Servicios .....	18
1.4.2. Atención al Cliente .....	19
1.4.3. Definición de atención .....	19
1.4.3.2. Clasificación de la atención .....	21
1.4.3.3. Servicio al cliente .....	21
1.4.3.4. Importancia del servicio al cliente.....	22
1.4.3.5. Elementos del servicio al cliente .....	23
1.4.3.6. Estrategia del servicio al cliente.....	24
1.4.3.7. El control de los procesos de atención al cliente.....	24

1.4.3.8. Necesidades del cliente .....	26
1.4.3.9. La calidad en el servicio al cliente.....	26
1.4.3.10. Satisfacción al cliente .....	27
1.4.3.11. Servicio al cliente interno .....	27
1.4.3.12. Niveles de satisfacción del cliente.....	28
1.4.3.13. Tipos de clientes .....	29
1.4.3.14. Cualidades del servicio al cliente .....	30
1.4.3.15. Las Expectativas .....	31
1.4.3.16. Características de una buena atención al cliente .....	32
1.4.3.17. Gestión de talento humano.....	34
1.4.3.18. Actitud personal y empresarial.....	34
1.4.3.19. Relaciones Humanas en las ventas .....	35
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	36
2.1. Tipo de Investigación .....	36
2.2. Métodos .....	37
2.3. Técnicas e instrumentos.....	38
2.4. MATRIZ DE RELACIÓN.....	38
2.5. POBLACIÓN.....	39
2.5.1. MUESTRA .....	39
CAPÍTULO III.....	40
3. ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	40
RESULTADO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES DE (SERMAA-EP). .....	40
CAPÍTULO IV .....	50
4.1. Propuesta.....	50
4.2. MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA EMPRESA SERMAA-EP DEL CANTÓN ANTONIO ANTE.....	50
4.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	50
4.4. FUNDAMENTACIÓN .....	50
4.5. OBJETIVOS .....	51
4.6. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA .....	52
4.7. DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....	53
Difusión.....	72

CONCLUSIONES .....	73
RECOMENDACIONES .....	75
SECCIÓN DE REFERENCIAS .....	77
GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	79
ANEXO 1 .....	82
ANEXO 2 .....	83
ANEXO 3 .....	84
ANEXO 4 .....	84

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: POBLACIÓN.....	39
Tabla 2: PREGUNTA 1.....	40
Tabla 3: PREGUNTA 2.....	41
Tabla 4: PREGUNTA 3.....	42
Tabla 5: PREGUNTA 4.....	43
Tabla 6: PREGUNTA 5.....	44
Tabla 7: PREGUNTA 6.....	45
Tabla 8: PREGUNTA 8.....	47
Tabla 9: PREGUNTA 9.....	48
Tabla 10: PREGUNTA 10.....	49

## ÍNDICE DE FIGURAS

ILUSTRACIÓN 1: PREGUNTA1.....	40
ILUSTRACIÓN 2: PREGUNTA2.....	41
ILUSTRACIÓN 3: PREGUNTA3.....	42
ILUSTRACIÓN 4: PREGUNTA 4.....	43
ILUSTRACIÓN 5: PREGUNTA 4.....	43
ILUSTRACIÓN 6: PREGUNTA 6.....	45
ILUSTRACIÓN 7: PREGUNTA7.....	46
ILUSTRACIÓN 8: PREGUNTA 8.....	47
ILUSTRACIÓN 9: PREGUNTA 9.....	48
ILUSTRACIÓN 10: PREGUNTA 10.....	49

## INTRODUCCIÓN

La empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante, es una organización sin fines de lucro, dedicada a la prestación de servicios a la ciudadanía desde el año 2009, según la página electrónica de la empresa municipal <http://sermaa.gob.ec/>.

“El Gobierno Municipal de Antonio Ante en cumplimiento al Art. 315 de la CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, y la ley Orgánica de Empresas Públicas publicado en el registro Oficial Nro. 48, el 16 de Octubre del 2009, en uso de sus atribuciones, el Consejo Municipal del cantón Antonio Ante aprobó la ordenanza de creación, organización y funcionamiento de la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante, en sesión del 24 de Junio del 2010 para: administrar los mercados municipales, producir y comercializar la energía eléctrica, administrar los servicios de faenamiento, operar y mantener los servicios públicos de radiodifusión y televisión.

Esta empresa es una organización administrativa y financieramente auto sustentable, generadora del desarrollo local y oferta de productos y servicios de calidad para sus clientes, bajo el control participativo de la comunidad, se encuentra ubicada en el cantón Antonio Ante parroquia de Atuntaqui en las calles Pérez Muñoz y Salinas, tiene más de trescientos comerciantes en el mercado municipal de Antonio Ante, por lo que es necesario que siempre brinden un buen servicio de atención al cliente, imagen y calidad para que la empresa siga incrementando más clientes.

Al dialogar con un grupo de vendedores del mercado municipal, se observa que algunos se sienten inconformes con la atención y el servicio que se brinda a cada uno de ellos. Actualmente, el área de atención al cliente presenta una serie de anormalidades y debilidades en cuanto a organización (falta de estrategia en atención a los clientes) y prestación de sus servicios, ya que,

al momento que se requiere información clara y detallada sobre la adquisición de puestos en el mercado central de Atuntaqui (documentación, puestos disponibles, formas de pago) no tienen los recursos necesarios para dar la información correcta a los futuros clientes.

El tema de estudio plantea identificar los principales inconvenientes en la atención al cliente de la Empresa Pública del cantón Antonio Ante determinando la calidad del servicio prestado y la atención al cliente, sugiriendo líneas de capacitación como charlas, foros, cursos dirigidos a los colaboradores de la empresa pública, y así mejorar la calidad de servicios y atención al cliente que presta la empresas públicas a los comerciantes del mercado municipal de Antonio Ante.

La atención al cliente es un problema común que si se estudia a profundidad sabremos que sucede, al encontrar a usuarios inconformes con las respuestas que reciben por parte de las empresas municipales.

Es necesario indagar e investigar sobre los factores que generan estas situaciones a nivel de mercados con respecto al trato a los usuarios que dependen de estas entidades, por esto se realizará una encuesta dirigida a los comerciantes del mercado municipal de Antonio Ante para saber las principales necesidades por las que se genera este problema, ya que la atención al cliente es algo primordial en esta empresa pública, porque de ellas depende que la empresa siga adelante y prestando sus servicios, para que el mercado de Antonio Ante sea el mejor en toda la provincia, siga teniendo más visitantes y clientes que quieran ser parte de los comerciantes de nuestro mercado.

## CAPITULO I

### MARCO TEÓRICO

#### 1.1. Fundamentación Filosófica

La teoría humanista es todo aquello con lo que se nace y más no lo que se haya aprendido. Carl (1989) la define “como una motivación innata presente en toda forma de vida y dirigida a desarrollar sus potenciales hasta el mayor límite posible la teoría de Rogers está constituida a partir de una “fuerza de vida” mejor llamada tendencia actualizante” (p.1).

Referente al tema se dice que la teoría humanista es saber explotar al máximo aquellas habilidades que se tiene por naturaleza. Rogers menciona cualidades importantes como: La apertura de la experiencia son las experiencias adquiridas del entorno.

Con respecto a esto podemos decir que se debe aprovechar el presente ya que cada instante es diferente y de ahí surgen nuevas experiencias. La confianza organísmica es creer y confiar en nosotros mismo. Es estar seguro que las cosas que hacemos están bien.

La libertad experiencial nos permite aprovechar oportunidades a medida que nos dan la libertad de desarrollarnos. Carl (1989) expresa que “Nos sentimos libres cuando nos brindan oportunidades, y que las personas que funcionan al cien por ciento reconocen ese sentimiento de libertad y asumen las responsabilidades de sus oportunidades” (p.2).

Está nos hace más sólidos de nuestro actuar y nos responsabilizamos de nuestro comportamiento.



## **1.2. Fundamentación Axiológica**

La axiología es el estudio de los valores es decir que estudia ordena y sintetiza el conocimiento relacionado con valores, a su vez la teoría es el conjunto de conocimientos derivados de la investigación científica y no de disciplinas imaginativas (Hartman, 1959, 1965.) citado en Cardona, 2000, p. 42). La axiología permite comprender los valores a través de la investigación y no de supuestos.

Los valores se adquieren por las experiencias, las “Convicciones vividas a través de experiencias significativas, relacionadas con la responsabilidad del hombre hacia si mismo y hacia todo lo relacionado lo que nos rodea, en armonía con las leyes de la naturaleza”. (Cardona, 2000, p.42).

## **1.3.Fundamentación Legal**

### **CAPÍTULO III, SERVICIO PÚBLICO DE MERCADO**

Artículo 6.- Para el cumplimiento de sus fines y la prestación eficiente, racional y rentable de servicios públicos, en la Administración de Servicios de Mercados ejercerá las siguientes atribuciones:

- ✓ Administrar los servicios de mercados en el cantón Antonio Ante.
- ✓ Planificar y organizar las Ferias ciudadanas dentro del Cantón.

Garantizar el buen servicio de mercados en favor de la ciudadanía y el espacio físico adecuado para comercialización de productos de primera necesidad y productos agropecuarios del Cantón Antonio Ante, de acuerdo a las normas sanitarias vigentes.

## **1.4. Fundamentación Teórica**

Rooger Doley (2006), investigador de neurosciencemarketing.com lo define como “la aplicación de la neurociencia al marketing. Incluye el uso directo de la imaginería del cerebro, el escaneo y otras actividades cerebrales que puedan ser medidas con tecnología para medir las respuestas de un sujeto a productos específicos, empaques, publicidad u otros elementos del marketing”

En algunos casos, las respuestas medidas por estas técnicas no son conscientemente percibidas por el sujeto, su data puede ser más revelador que sus reportes personales en encuestas o en grupos.

### **1.4.1. Prestación de Servicios**

Por servicio se entenderá toda prestación a título oneroso que, sin constituir enajenación, proporcione a la otra parte una ventaja o provecho que constituya la causa de la contraprestación. En tal caso se encuentran entre otros, los arrendamientos de cosas, de servicios y de obras sin entrega de materiales, las concesiones de uso de bienes inmateriales, como las marcas y patentes, los seguros y los reaseguros, los transportes, los préstamos y financiaciones, las fianzas y las garantías, la actividad de intermediación como la que realizan los comisionistas, los agentes auxiliares de comercio, los Bancos y los mandatarios en general. (“Qué entiende por prestación de servicios”, 2016)

Cada una de las prestaciones de servicio que nos da una entidad pública somos nosotros los que contribuimos para el pago de este por lo que no debemos mal gastar y debe cubrir las necesidades básicas de las personas, tomando en cuenta que el objetivo de la empresa es satisfacer las necesidades públicas de cada uno de los ciudadanos.

### **1.4.2. Atención al Cliente**

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001, Pérez, 2007, p.6).

El concepto de atención al cliente es el que destina una organización con fines de lucro para establecer contacto e interactuar con sus clientes, ya que con las actividades que se interrelacionan se aseguran que el cliente tenga su producto el momento y sitio correcto y se debe tomar en cuenta que la comunicación es muy importante para brindar un servicio de excelencia, ya que recibimos información por parte del cliente y éste se forma una expectativa del servicio que presta la empresa.

### **1.4.3. Definición de atención**

Atención es el proceso conductual y cognitivo de concentración selectiva en un aspecto discreto de la información, ya sea considerada subjetiva u objetiva, mientras que se ignoran otros aspectos perceptibles. La atención también ha sido denominada como la asignación de recursos de procesamiento limitados. (Anderson, John R, 2004, pag.519).

La atención es un procesamiento voluntario de concentración a una actividad sea interna o externa en la que motiva a la mente a interesarse en mantener siempre una buena relación de atención y disposición para tratar bien a un cliente y este quede satisfecho en su necesidad, ya que en una entidad o empresa siempre vamos a tener diferentes tipos de clientes con gustos y características diferentes.

### 1.4.3.1. Características de la atención

Si no estuviésemos bien atentos nuestra mente se hallaría sumergida en un vasto mar de estímulos, nuestros sentidos se desbordarían de información que no podría ser procesada, es por ello que necesitamos de un mecanismo que controle dicho procesamiento estructurando la actividad humana. (“Atención al cliente”, 2013)

Necesitamos tener siempre presente que para una buena atención el personal de una empresa siempre debe estar capacitado en todo lo que tiene que ver con atención, porque de esto dependo el prestigio de una empresa.

Podríamos destacar las siguientes características de la atención como las más importantes:

- ✓ **Amplitud:** se refiere a la cantidad de información que podemos dar atender al mismo tiempo y realizar todas las tareas simultáneamente.
- ✓ **Intensidad:** esta que característica se refiere al nivel de atención que ponemos el momento que entra un cliente y estamos muy pendientes de todo lo que el necesita y tratamos en todo momento de complacerlo. Es innegable que todos sentimos alguna vez la sensación de estar más o menos atentos, a esto se le denomina intensidad de la atención o tono atencional. Puede definirse entonces como la cantidad de atención que le prestamos a un objeto o tarea y está directamente relacionada con el nivel de vigilia y alerta de un individuo.
- ✓ **Oscilamiento o desplazamiento de la atención:** La atención cambia y oscila continuamente, ya sea porque procesamos dos o más fuentes de información (estímulos atendidos) o bien porque nos encontramos realizando dos tareas y la atención se va

dirigiendo alternativamente de una a otra (shifting). El tiempo de las oscilaciones de la atención puede ser variable. Esto quiere decir que la atención varía porque en ocasiones no podemos concentrarnos en solo una cosa y realizamos varias actividades y ni estamos solo pendientes de la atención que debemos brindar al cliente.

- ✓ **Control:** Supone dirigir la atención y poner en marcha sus mecanismos de funcionamiento en función de las demandas del ambiente y de la tarea que vamos a realizar, hablamos en este caso de atención controlada. La atención controlada a diferencia de la no controlada requiere un esfuerzo por parte del sujeto para mantenerla.

Muchos autores afirman que es ésta, la característica más importante de la atención. Debemos siempre controlar nuestro carácter al momento que estamos atendiendo a los clientes y demostrar nuestra educación y conocimiento sobre el producto que estamos ofreciendo.

#### **1.4.3.2. Clasificación de la atención**

La atención puede ser de tres tipos:

- ✓ **Activa y voluntaria (deliberada):** cuando se orienta y proyecta mediante un acto consciente, con un fin de utilidad práctica y en su aplicación buscamos aclarar o distinguir algo.
- ✓ **Activa e involuntaria:** Es la orientada por una percepción.
- ✓ **Pasiva:** es atraída sin esfuerzo. Como un simple movimiento de una hoja nos llama la atención.

### 1.4.3.3. Servicio al cliente

Serna (2006), manifiesta que “el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa en crecimiento”. (pag.19).

El servicio al cliente es una parte indispensable que nunca debe faltar en una empresa, ya que con este podemos dar un realce al nombre de la misma entre los competidores existentes en el mercado para satisfacer las necesidades que los clientes quieren cubrir.

### 1.4.3.4. Importancia del servicio al cliente

Pell (2001) sobre el Servicio al Cliente manifiesta lo siguiente: “Un buen servicio al cliente es un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal” (p.48.).

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

- ✓ **Acciones:** Las actitudes se reflejan en acciones: el comportamiento de las distintas personas con las cuales el cliente entra en contacto produce un impacto sobre el nivel de satisfacción del cliente incluyendo: La cortesía general con el que el personal maneja las preguntas, los problemas, como ofrece o amplía información, provee servicio y la forma como la empresa trata a los otros clientes. Los conocimientos del personal de

ventas, es decir: conocimientos del producto en relación a la competencia, y el enfoque de ventas; es decir: están concentrados en identificar y satisfacer las necesidades del consumidor, o simplemente se preocupan por empujarles un producto, aunque no se ajuste a las expectativas, pero que van a producirles una venta y, en consecuencia, va a poner algo de dinero en sus bolsillos.

- ✓ **Políticas de servicio son escritas por gente que nunca ve al cliente:** Las empresas dan énfasis al administrador y el control que al resultado percibido por el cliente. Esto da lugar a que las áreas internas tengan autoridad total para crear políticas, normas y procedimientos que no siempre tiene en cuenta las verdaderas necesidades del cliente o el impacto que dichas políticas generan en la manera como el percibe el servicio.

Una empresa obtendrá ventas altas siempre y cuando sus empleados brinden la mejor atención a los clientes que la visitan, ofreciéndoles los mejores descuentos y promociones a la hora de adquirir un producto, en este caso las promociones y descuentos las realiza cada uno de nuestros comerciantes en cada uno de sus locales ya que no es una política la implementación de estos para adquirir un puesto comercial.

#### **1.4.3.5. Elementos del servicio al cliente**

- ✓ Contacto cara a cara
- ✓ Relación con el cliente
- ✓ Correspondencia
- ✓ Reclamos y cumplidos
- ✓ Instalaciones

#### **1.4.3.6. Estrategia del servicio al cliente**

- ✓ El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena.
- ✓ La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
- ✓ La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.
- ✓ La lealtad de los empleados impulsa la productividad.
- ✓ La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
- ✓ El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
- ✓ La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.
- ✓ La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.
- ✓ Capacitar al personal en esta área de forma constante; no basta una sola charla sobre el tema.
- ✓ Efectuar evaluaciones constantes y/o estudios de percepción de servicio.
- ✓ Realizar el “Comprador incógnito” para generar control y motivación al mismo tiempo.
- ✓ Servicio a domicilio (infaltable)
- ✓ Dar la milla extra. Evitar el “no se puede”; buscar respuestas creativas.
- ✓ Evitar la frase “eso no me toca a mí”.
- ✓ Explotar las fortalezas del personal o de uno mismo (en caso de ser pyme), tales como:  
¿Tengo muchos contactos? ¿Soy esforzado? ¿Conozco bastante sobre el producto que vendo? ¿Mi habilidad son las relaciones públicas?

#### **1.4.3.7. El control de los procesos de atención al cliente**

Cualquier empresa debe mantener un estricto control sobre los procesos internos de atención al cliente. Está comprobado que más del 20% de las personas que dejan de comprar un producto o servicio, renuncian su decisión de compra debido a fallas de



información de atención cuando se interrelaciona con las personas encargadas de atender y motivar a los compradores.

Jhoanna Sánchez, (2014) Ante esta realidad, se hace necesario que la atención al cliente sea de la más alta calidad, con información, no solo tenga una idea de un producto, sino además de la calidad del capital, humano y técnico con el que va establecer una relación comercial. La empresa debe capacitar siempre a sus empleados indicándoles que deben dar todas las explicaciones que sean necesarias al momentos que los compradores acuden a nuestro establecimiento para que ellos estén conformes con el producto que van adquirir el Control de los Procesos de Atención al Cliente.

✓ **Elementos**

1. Determinación de las necesidades del cliente.- las necesidades son muy numerosas, por lo que debemos estar siempre pendientes en llamar al cliente para ayudar en su necesidad.
2. Tiempos de servicio.- se refiere al tiempo que el cliente visita nuestra empresa o los años que trabajo un empleado en cualquier institución.
3. Encuestas.- son un método de recopilación de datos utilizados para obtener información de personas o empresas sobre algún tema específico.
4. Evaluación de servicio de calidad.- sirve para realizar un diagnóstico del proceso de servicio y facilita determinar las causas fundamentales que provocan los problemas encontrados
5. Análisis de recompensas y motivación.- es una serie de procesos individuales que estimulan una conducta para beneficio propio colectivo o laboral.

El proceso que tiene implementado la empresa es única y coordinada con las diferentes necesidades que tiene cada uno de los comerciantes esperando una buena satisfacción para mantener una buena relación comercial entre nosotros.

#### **1.4.3.8. Necesidades del cliente**

Horoviz, (2001) por su parte manifiesta que: “Todo empresario debe estar consciente que trabajar en un mercado competitivo, exige como condición de supervivencia, lograr un determinado nivel de servicio” (pag.223).

La principal función de una empresa es satisfacer todas las necesidades que el cliente tenga, con exigencia de cubrir una necesidad básica o una específica, en este caso es cubrir las necesidades de nuestros comerciantes del mercado.

#### **1.4.3.9. La calidad en el servicio al cliente**

Ruiz-Olalla, M.C. (2001), manifiesta que “cuando se habla de calidad, las empresas en un principio volcaban la mirada hacia la fabricación de productos, se pensaba en los procesos de elaboración y por ende en controles y supervisión de los procesos de producción para disminuir al máximo las piezas defectuosas. Pero, en la actualidad el tema calidad dejo de ser una exigencia que debían cumplir las empresas que querían diferenciarse de los demás para ser más competitivas, en este momento la calidad es uno de los objetivos que debe tener la organización para producir un bien o servicio. En este sentido, la calidad no sólo se quedó en la fabricación de los productos sino que trascendió a la prestación de los servicios, es decir que no hay ningún producto en este momento que se venda por sí sólo, la mayoría están acompañados por la calidad en la atención al cliente.

Así pues en el tema de satisfacer al cliente se debe tratar de cumplir con las expectativas que estos tienen, ya que el fin de una organización no es tanto el cierre de una venta parcial sino tratar de asegurar la posventa, para poder ir en busca de la fidelización de estos.

No solo debemos cubrir las necesidades sino que también la calidad y cantidad de información que nos imparten en el transcurso de la compra para así tener la información necesaria de cómo cubrir una necesidad en su totalidad con la compra realizada, recibiendo y entregando múltiples explicaciones de los productos surtidos que brindamos a nuestros clientes internos y externos.

#### **1.4.3.10. Satisfacción al cliente**

Bell, (1982) dice que “La satisfacción del cliente se puede definir como la diferencia entre las expectativas y la percepción del cliente respecto al producto o servicio ofrecido. Es decir, un cliente está satisfecho cuando su percepción del producto o servicio coincide con o supera sus diez expectativas. La empresa puede que no tenga una orientación hacia el cliente y define sus productos o servicios de acuerdo con sus opiniones y no las del cliente”. (p.566)

Es decir que la satisfacción del cliente se mide con la necesidad cubierta del producto.

La empresa siempre debe ofrecer buenos productos y buena atención, así el cliente quedará satisfecho y seguirá comprando y visitando nuestro negocio, también recomendar a sus amigos para que visiten nuestra empresa y adquieran nuestra variedad de productos.

#### **1.4.3.11. Servicio al cliente interno**

El Servicio al cliente no sólo atiende las expectativas del comprador, pues igualmente el cliente interno, dentro de la cadena cliente-proveedor interna, requiere de un servicio que permita sincronizar la gestión del cliente que está adentro de una organización con el que está afuera. Dicho de otra forma: si quieres mejorar el servicio al cliente externo, primero debes mejorar el servicio al interno, pues este soporta los procesos que permiten al cliente comprador lograr la satisfacción con el bien o servicio adquirido. (“Servicio de atención al cliente”, 2013)

Para lograr todo esto, la empresa debe capacitar a todo su equipo humano, a fin de desarrollar todos los conocimientos y estimular la actitud de servicio que se requiere para que este funcione.

Estas competencias son:

- ✓ Orientación al servicio
- ✓ Orientación al cliente.

#### **1.4.3.12. Niveles de satisfacción del cliente**

Kotler (2008) manifiesta que” luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción.”(pag.10, 11)

- ✓ **Insatisfacción:** es el producto no alcanza las expectativas del cliente.
- ✓ **Satisfacción:** es cuando el producto coincide con las expectativas del cliente.
- ✓ **Complacencia:** es cuando el producto excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, el regresará y seguirá visitando

nuestra empresa. Por lo que podemos decir que un cliente se vuelve leal o desleal a cada uno de los productos que son ofrecidos en el mercado.

Toda compra que se realiza como resultado nos da un nivel de satisfacción en la que podemos describir cuanto fue cubierta la necesidad del servicio o producto adquirido.

#### **1.4.3.13. Tipos de clientes**

Dicen que cada persona es un mundo, que todos somos únicos e irrepetibles, sin embargo, a grandes rasgos podemos dividirnos en grupos, sectores o incluso por afinidades. El mundo de la empresa no es tan diferente, y en tanto que está formado por personas, podemos igualmente hacer clasificaciones, bien de directivos, empleados, etc. (“Tipos de Clientes y sus Características”, 2016)

Existen diferentes tipos de clientes y un buen vendedor debe saber qué tipo de cliente va atender tomando en cuenta que cada empresa ya sabe a lo que se dedica y sabe la amplia variedad de clientes que tiene, entre los que podemos traer algunas características principales; estos son algunos de los tipos de clientes que existen:

- ✓ **El Autosuficiente:** Los clientes autosuficientes son aquellos que creen conocer todos las respuestas y son los compradores eternamente descontentos.
- ✓ **El distraído:** Es el que no tiene aparentemente interés y parece ausente en el establecimiento el momento de realizar una compra.
- ✓ **El reservado:** Son los que necesitan mucho tiempo para tomar una decisión, tomando en cuenta que el perfil de la persona es impasible, desconfiado y tímido por lo que no deben ser presionados para que llegue a tener una compra segura.

- ✓ **El hablador:** Es el que no tiene objeciones de venta por lo tanto no tiene interés en comprar y deben ser atendidos con simpatía pero centrando el tema comercial para descubrir si se logró la compra.
- ✓ **El indeciso:** Son los compradores que no pueden decidir por sí mismo la compra que quieren realizar por lo que el vendedor nunca los debe dejar solo para confirmar la compra del producto.

#### **1.4.3.14. Cualidades del servicio al cliente**

La calidad en el servicio de atención al cliente puede ser la clave para retener y ganar nuevos clientes, por eso es importante que las empresas contraten personas competentes al momento de atender sus usuarios y que cuenten con ciertas cualidades específicas. (Cualidades esenciales para la atención al cliente, 2013)

- ✓ **Honestidad:** a los clientes les gusta saber qué ocurre con el producto y también sabe exactamente lo que están comprando. Es por ello que la persona a cargo de la atención al cliente no debe exagerar las características de los productos y servicios para tratar de vender más, porque de esta manera es probable que sólo se logre desilusión y decepción.
- ✓ **Compromiso:** la empresa y todo su personal debe cumplir con las promesas de sus productos y servicios. Por eso es fundamental que se conozca en profundidad el producto que se ofrece a fin de dedicar un servicio verdaderamente profesional a los clientes.
- ✓ **Transparencia:** un buen servicio de atención al cliente debe destacarse por ser directo y sincero. El trato debe ser abierto a fin de evitar confundir al usuario, para

ello es indispensable expresarse adecuadamente, ser persuasivo y manejarse con fluidez.

- ✓ **Observación:** para lograr un excelente nivel de atención es importante tener la habilidad para captar pequeños detalles que no son evidentes para todo el mundo. Mediante la observación es posible captar e interpretar el lenguaje no verbal del cliente como por ejemplo una mueca de disgusto o una postura corporal que revela cierta disposición para cerrar una venta.
- ✓ **Iniciativa:** las personas a cargo del servicio de atención al cliente deben ser activas, dinámicas y predispuestas a actuar en diferentes situaciones, dando una respuesta rápida y eficaz a los problemas.

Todas estas cualidades son muy importantes y necesarias para brindar una mejor atención amable, personalizada y determinativa.

#### **1.4.3.15. Las Expectativas**

Son las expectativas o esperanzas que tienen los clientes por conseguir algo. Se clasifican en las siguientes situaciones.

- ✓ Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- ✓ Experiencias de compras anteriores.
- ✓ Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).
- ✓ Promesas que ofrecen los competidores.

En la parte que depende de la empresa, ésta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. En todo caso, es de vital importancia monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar lo siguiente:

- ✓ Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
- ✓ Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- ✓ Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar.

#### **1.4.3.16. Características de una buena atención al cliente**

Aniorte (2013), dice que “para tener una buena atención al cliente debe cumplir y seguir algunas de estas para un correcto servicio de calidad, y son las siguientes:

- ✓ Debe cumplir sus objetivos
- ✓ Debe servir para lo que se diseño
- ✓ Debe ser adecuado para el uso
- ✓ Debe solucionar las necesidades
- ✓ Debe proporcionar resultados

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Paz, las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes. Verdú (2013).



Estas pueden ser:

- ✓ **Formalidad:** ser honestos al momento de actuar y para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- ✓ **Iniciativa:** ser activo, dinámico y dar respuesta rápida a los problemas.
- ✓ **Ambición:** tener siempre presente que debe mejorar y crecer en todo momento; es decir, pensar en la superación.
- ✓ **Autodominio:** mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- ✓ **Disposición de servicio:** atender al cliente en forma entregada y con dignidad.
- ✓ **Don de gentes:** establecer relaciones de calidad y afectuosas con los demás y disfrutarlo.
- ✓ **Colaboración:** ser una persona que le gusta trabajar en equipo, para alcanzar un objetivo en común.
- ✓ **Enfoque positivo:** es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- ✓ **Observación:** es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- ✓ **Habilidad analítica:** permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- ✓ **Imaginación:** es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
- ✓ **Recursos:** tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.
- ✓ **Aspecto externo:** es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente. Lo anterior

son términos que describen características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida por un negocio.

Todos los comerciantes deben tener unas características idóneas para una buena atención al cliente ya que con esto no solamente ganaremos un cliente sino obtendremos la fidelidad de este y porque no la recomendación de otro.

#### **1.4.3.17. Gestión de talento humano**

Chiavenato, (2006) dice que la gestión de talento humano, "Es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones es contingente y situacional, pues depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada, los procesos internos y otra infinidad de variables importantes".

Una empresa depende de varios aspectos como la cultura, su estructura, la tecnología, el ambiente de trabajo, en si la característica de todos los aspectos antes mencionados que predomine en la empresa, cada uno de los colaboradores debe tener características y criterios especiales en su lugar de trabajo, tomando en cuenta que debemos satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes para que estos puedan tener un camino para brindar una buena atención.

#### **1.4.3.18. Actitud personal y empresarial**

Rodríguez 2006, manifiesta que "la actitud es la disposición de ánimo que se manifiesta frente a la gente, a las situaciones, a los problemas. Los hábitos que se tengan, para una motivación diaria para crecer es, si la gente piensa en algo positivo y lo siente verdaderamente, su comportamiento será directamente proporcional a ello. Al estudiar la

conducta de las personas, la moral como principio básico, el orden, la limpieza, la puntualidad, la integridad, la responsabilidad, el deseo de superación, el respeto a las leyes y reglamentos, el respeto por los derechos de los demás, el amor al trabajo”. (Pag.55)

En la atención a un cliente siempre debemos tener una buena actitud para no dar una mala impresión, atenderlos como ellos se merecen, con amabilidad, sugerencias positivas, información explícita, así ellos están satisfechos con la atención que la empresa les ha brindado al momento que acuden a esta.

#### **1.4.3.19. Relaciones Humanas en las ventas**

David Orozco, (2006) manifiesta que “todo acto en el que intervengan dos o más personas es una relación humana. Se considera que las relaciones humanas son el contacto de un ser humano con otro respetando su cultura y normas, compartiendo y conviviendo como seres de un mismo género en una sociedad. El hombre se relaciona con los demás, ya sea de manera familiar, colectiva o laboral éste intercambia con otras ideas, opiniones, anécdotas, experiencias, inclusive cosas más personales”.

Son las cordiales amistades y relaciones que podemos vincular con toda clase de personas dando y recibiendo respeto de cada una de ellas, tratándoles bien al momento que acuden a la empresa demostrando en todo momento amabilidad y satisfacción porque prefieren nuestros productos y están conformes con el servicio brindado por nuestros empleados. Las relaciones interpersonales entre cliente y vendedor deben ser cordiales y amistosas, ya que con ella se puede mantener un servicio de calidad.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1 Tipo de Investigación

Esta investigación es de enfoque mixto cualitativo respaldado por análisis cuantitativo ya que se requiere utilizar magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo estadístico, también tiene enfoque descriptivo, ya que la información es recolectada sin cambiar el entorno es decir sin manipulaciones, por lo cual se apoyara en Investigación documental bibliográfica. En el proceso de recolección de información para la construcción de un objeto de investigación o de un proyecto de tesis, la investigación bibliográfica y documental ocupa un lugar importante, ya que garantiza la calidad de los fundamentos teóricos de la investigación.

**Diseño no experimental.**-Es un diseño no experimental ya que fue una investigación donde se va a observar el fenómeno en su entorno natural para luego ser analizado, además se recolecta información y datos en un solo momento y tiempo único.

**Investigación Descriptiva.**- Porque identificamos los hechos, causas y consecuencias, mediante la aplicación de procedimientos de investigación de campo, con una clientela específica, quienes proporcionaron la información que permitirá identificar las características de los hechos.

**Investigación de Campo.**- La encuesta. Es una recopilación de opiniones por medio de cuestionarios o entrevistas en un universo o muestras específicos, con el propósito de aclarar un asunto de interés para el encuestador. Se recomienda buscar siempre agilidad y sencillez en las preguntas para que las respuestas sean concretas y centradas sobre el tópico en cuestión.

El objetivo de nuestra encuesta es determinar el nivel de satisfacción que tiene los comerciantes con referencia al trato que nos brinda la empresa con cada uno de sus empleados, en

las diferentes áreas de trabajo que tienen al momento asignado, para adquirir nuestros servicios como empresa pública.

**Investigación propositiva.-** La investigación es de tipo propositiva por cuanto a partir de los resultados de la investigación, se formuló una alternativa de solución al problema descrito, que incluyó una guía para mejorar la atención al cliente. Para estructurar el marco teórico el que se sustentó en la recopilación de fuentes de información secundarias como libros, revistas, internet, folletos.

## **2.2 Métodos:**

**Método Deductivo:** Es parte de una ley general y que ayuda a un procedimiento adecuado para sacar una conclusión particular. Este se empleó en la deducción del problema manejado en base de la investigación con el fin de lograr obtener conclusiones que permitan comprobar la situación actual del trabajo de investigación.

La Investigación cuantitativa asume el Método Estadístico como proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

**Estadístico:** El Método Estadístico en las Ciencias sociales se convierte en una herramienta poderosa de precisión científica en la medida en la que se combine con los métodos cualitativos y se emplee de acuerdo a las necesidades y al sano criterio.

**Método descriptivo:** este método se aplica al momento de describir tal cual se presentan los hechos en la similitud al tipo de relaciones interpersonales en las dependencias de la empresa pública del municipio de Antonio Ante, haciendo con ello una interpretación y evaluación de la realidad existente en el problema elegido.

### 2.3 Técnicas e instrumentos

- La encuesta nos sirve para determinar la calidad del servicio prestado y la atención al cliente en las empresa pública de servicios municipales, para está recolección de datos se realizará una encuesta de campo de selección múltiple con su respectivo análisis.

### 2.4 MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTE
Identificar las bases conceptuales de atención al cliente para fundamentar el marco teórico	Atención al cliente	-Prestación de servicios. - Características de la atención al cliente. - Estrategias de atención al cliente - Calidad del servicio	Fichas bibliográficas	Biblioteca, internet.(libros)
Diagnosticar el desempeño en atención al cliente del personal que labora en la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante (SERMAA-EP)	Atención al cliente	Calidad del servicio Tipos de servicio que presta la empresa. Estrategias de atención al cliente. Normas de control interno sobre atención al cliente.	Encuesta	Comerciantes del mercado municipal
Proponer una propuesta alternativa de solución para mejorar la atención al cliente.	Atención al cliente.	Calidad del servicio Tipos de servicio que presta la empresa. Estrategias de atención al cliente. Normas de control interno sobre atención al cliente.	Manual de atención al cliente	Funcionarios de SERMAA-EP

## 2.5 POBLACIÓN

DENOMINACIÓN DEL GRUPO	NÚMERO DE INTEGRANTES
PERSONAL ADMINISTRATIVO	6
USUARIOS	300
TOTAL	306

Tabla 1: POBLACIÓN

### 2.5.1 MUESTRA

$$n = \frac{N \cdot k}{(N - 1) \left(\frac{k}{2}\right) + k}$$

$$n = \frac{306 \cdot 0,25}{(306 - 1) \left(\frac{0,25}{2}\right) + 0,25}$$

$$n = \frac{76,50}{(305) \left(\frac{0,0025}{4}\right) + 0,25}$$

$$n = \frac{76,50}{(305)(0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{76,50}{0,190625 + 0,25}$$

$$n = \frac{76,50}{0,440625}$$

$$\square = 174$$



## CAPÍTULO III

### 3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

#### RESULTADO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS CLIENTES DE (SERMAA-EP)

1. Cree usted que la calidad del servicio prestado y la atención al cliente en la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante es

Tabla 2: PREGUNTA 1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Regular	61	35%
Malo	52	30%
Bueno	46	26%
Excelente	15	9%
<b>TOTAL</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
ELABORADO POR: Carolina Puma



Ilustración 1: Pregunta1

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
ELABORADO POR: Carolina Puma

### INTERPRETACIÓN

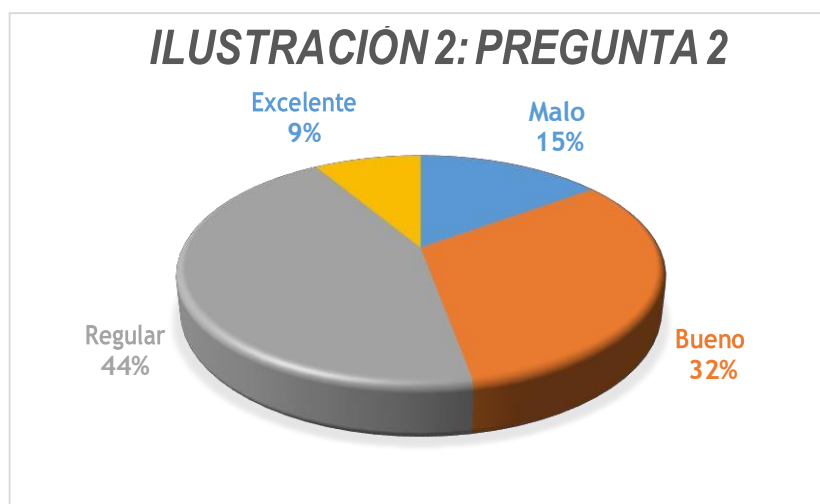
De acuerdo a las personas encuestadas la mayoría indica que la atención de los empleados de la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP, es mala, por tal motivo hemos visto la necesidad de realizar un manual para que mejore la calidad en la atención al cliente.

**2 ¿Los niveles de servicio que presta la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante son?**

*Tabla 3: PREGUNTA 2*

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Regular</b>	77	44%
<b>Bueno</b>	56	32%
<b>Malo</b>	26	15%
<b>Excelente</b>	15	9%
<b>TOTAL</b>	174	100%

**FUENTE:** Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
**ELABORADO POR:** Carolina Puma



*Ilustración 2: Pregunta2*

**FUENTE:** Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
**ELABORADO POR:** Carolina Puma

**INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a las personas encuestadas la mayoría indica que los niveles de atención que presta la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP, debería mejorar porque no se sienten conformes con su atención.

### 3. ¿El servicio que prestan los empleados en la atención al cliente es?

Tabla 4: PREGUNTA 3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Regular	61	35%
Mala	43	25%
Buena	38	22%
Excelente	32	18%
<b>TOTAL</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
ELABORADO POR: Carolina Puma

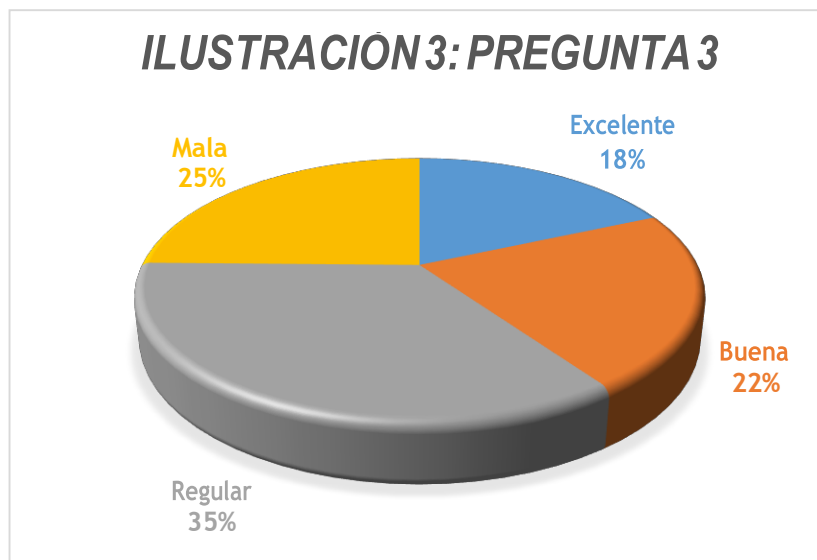


Ilustración 3: Pregunta3

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
ELABORADO POR: Carolina Puma

### INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las personas encuestadas indica que la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP, da mala atención y por eso deben buscar una solución a este problema para que la empresa no pierda sus clientes y siga aumentando cada vez más.

#### 4 ¿Los trámites que se realiza en la empresa pública han sido?

Tabla 5: PREGUNTA 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lentas	99	57%
Ágiles	50	29%
Oportunas	25	14%
<b>TOTAL</b>	<b>174</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
ELABORADO POR: Carolina Puma

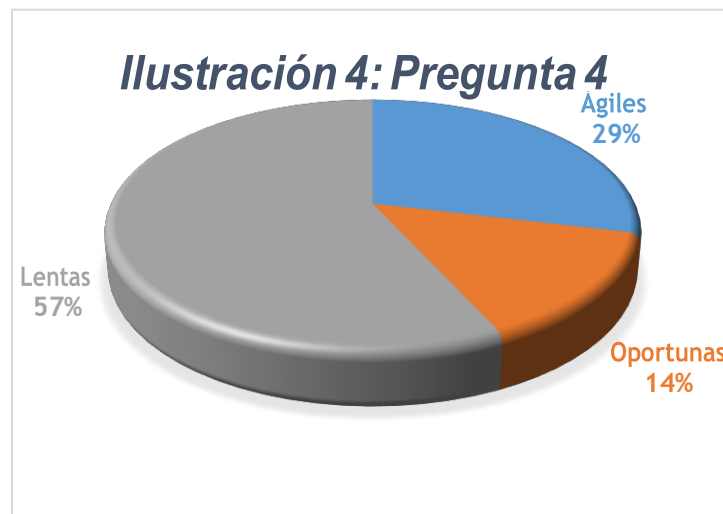


Ilustración 5: Pregunta 4

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
ELABORADO POR: Carolina Puma

#### INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las personas encuestadas indica que la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP, se demora mucho en hacer los trámites que los comerciantes solicitan, deben buscar personal eficiente y rápido, para que los trámites sean atendidos rápidamente.

**5. Qué sugiere usted a las empresa pública de servicios municipales para que mejore la calidad del talento humano que labora en estas dependencias?**

*Tabla 6: PREGUNTA 5*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Relaciones Humanas</b>	72	41%
<b>Respuestas Oportunas</b>	43	25%
<b>Atención al cliente</b>	34	20%
<b>Agilidad en los trámites</b>	25	14%
<b>TOTAL</b>	174	100%

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
ELABORADO POR: Carolina Puma



*Ilustración 5: Pregunta 5*

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
ELABORADO POR: Carolina Puma

**INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a las personas encuestadas indica que la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP, necesita que se mejore la atención al cliente con capacitaciones mensuales a los empleados y así estén conformes con los servicios que les brinda la empresa.

6. ¿Cree usted que se debería implementar charlas, foros, cursos, a los empleados de la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP para mejorar el servicio y atención al cliente?

Tabla 7: PREGUNTA 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	166	95%
NO	8	5%
TOTAL	174	100%

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
 ELABORADO POR: Carolina Puma



Ilustración 6: Pregunta 6

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
 ELABORADO POR: Carolina Puma

### INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las personas encuestadas indica que la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP, debe realizar frecuentemente charlas, cursos de atención al cliente para mejorar su atención y así brindar un servicio de calidad a todos sus clientes.

## 7. ¿Las quejas y reclamos son atendidos oportunamente por el personal?

Tabla 9: PREGUNTA 7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	118	68%
NO	56	32%
TOTAL	174	100%

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui

ELABORADO POR: Carolina Puma

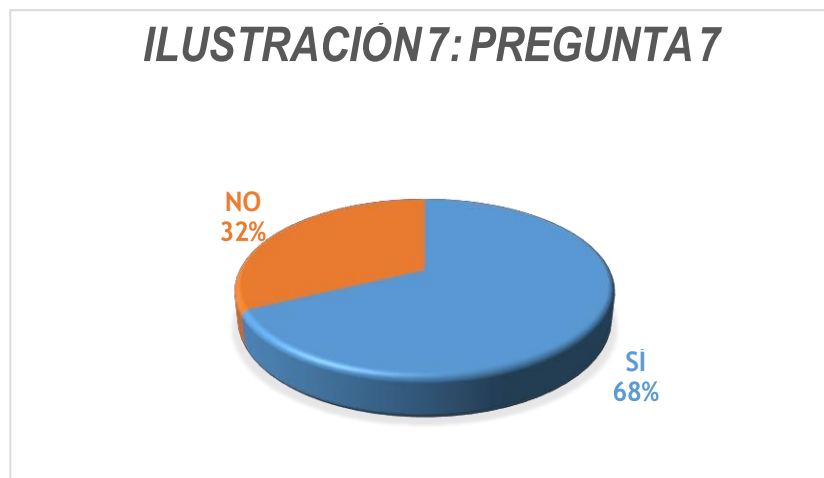


Ilustración 7: Pregunta7

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui

ELABORADO POR: Carolina Puma

### INTERPRETACIÓN:

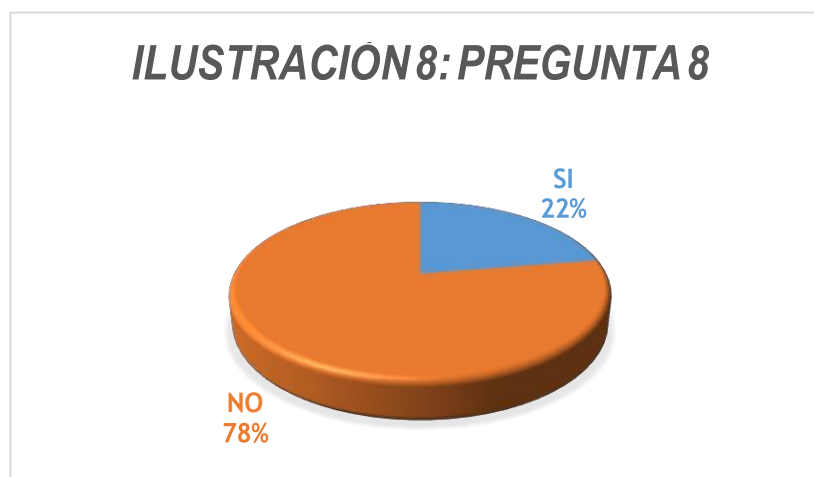
De acuerdo a las personas encuestadas indica que la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP, casi siempre atiende las quejas y reclamos de sus clientes, deberían buscar la manera de siempre solucionar sus quejas para que el cliente este satisfecho con los servicios que les presta la empresa.

**8 Tiene conocimiento de cuál es la misión de las empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP?**

*Tabla 8: PREGUNTA 8*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>NO</b>	135	78%
<b>SÍ</b>	39	22%
<b>TOTAL</b>	174	100%

**FUENTE:** Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
**ELABORADO POR:** Carolina Puma



*Ilustración 8: Pregunta 8*

**FUENTE:** Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
**ELABORADO POR:** Carolina Puma

**INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a las personas encuestadas indica que la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP, debería informar a sus clientes cual es la misión que tiene su empresa, para que ellos se den cuenta todo lo que la empresa les puede ofrecer.



9. ¿Conoce usted cuáles son las normas de control interno que maneja la institución?

Tabla 9: PREGUNTA 9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	157	90%
SÍ	17	10%
TOTAL	174	100%

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui

ELABORADO POR: Carolina Puma

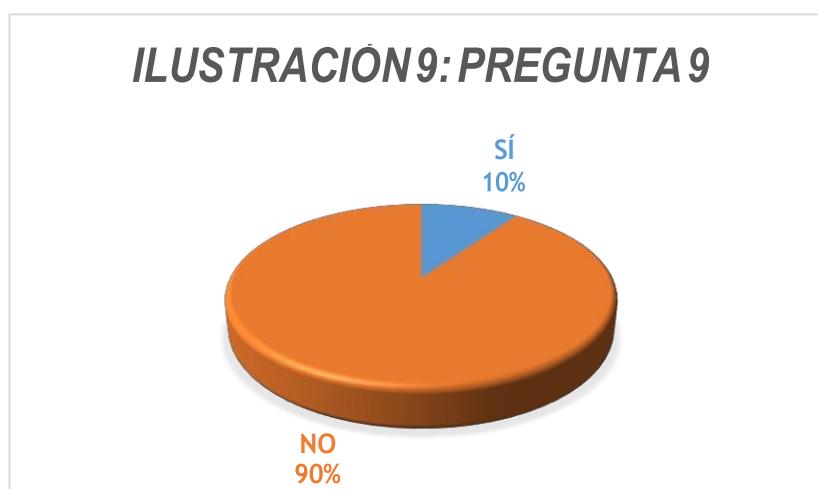


Ilustración 9: Pregunta 9

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui

ELABORADO POR: Carolina Puma

### INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las personas encuestadas indica que los clientes no tienen conocimiento acerca de las reglas que tiene la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP, para esto daremos charlas para dar información a nuestros clientes sobre todo lo que brinda la empresa.

**10. ¿Considera necesario la existencia de estrategias innovadoras para el mejoramiento del servicio y atención al cliente en la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP?**

*Tabla 10: PREGUNTA 10*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	166	95%
NO	8	5%
TOTAL	174	100%

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
 ELABORADO POR: Carolina Puma



*Ilustración 10: Pregunta 10*

FUENTE: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
 ELABORADO POR: Carolina Puma

**INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a las personas encuestadas indica que la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP necesita implementar nuevas estrategias para que el servicio en la atención al cliente sea de calidad, dando cursos a los empleados de la empresa.

## CAPÍTULO IV

### 4.1 Propuesta

### 4.2 MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA EMPRESA SERMAA-EP DEL CANTÓN ANTONIO ANTE

### 4.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Hemos visto la necesidad de proponer la realización de este manual, ya que las múltiples necesidades que se evidencian cada día con la atención al cliente que se dirige a nuestras oficinas de SERMAA-EP tomando en cuenta que para cada una de las solicitudes se debe realizar un proceso diferente y en algunos casos son un poco obsoletos y engorrosos. La institución maneja diferentes tipos de clientes en los que se ha palpado la inconformidad con el trato, manejo y capacitación hacia ellos tomando en cuenta que nuestros clientes tienen un cliente final que se refleja con las necesidades no cubiertas.

Con esta propuesta de realizar un manual de atención al cliente beneficiaríamos a los más de trescientos comerciantes que se encuentran asociadas a SERMAA-EP.

La posibilidad de realizar este manual y de mantener una capacitación continua con los comerciantes que pertenecen a SERMAA-EP es un mayor número, tomando en cuenta horarios de accesibilidad hacia ellos, el presupuesto financiero destinado de la institución para las capacitaciones y cronogramas de trabajo.

### 4.4 FUNDAMENTACIÓN

- ✓ **Servicio al cliente:** es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el

servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa en crecimiento.

- ✓ **Importancia del servicio al cliente.-** Un buen servicio al cliente es un elemento importante y promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal.
- ✓ **Necesidades del cliente.-** Todo empresario debe estar consciente que trabajar en un mercado competitivo, exige como condición de supervivencia, lograr un determinado nivel de servicio.
- ✓ **La calidad en el servicio al cliente:** En la actualidad el tema calidad dejó de ser una exigencia que debían cumplir las empresas que querían diferenciarse de los demás para ser más competitivas, en este momento la calidad es uno de los objetivos que debe tener la organización para producir un bien o servicio.

## **4.5 OBJETIVOS**

### **4.5.1 Objetivo General**

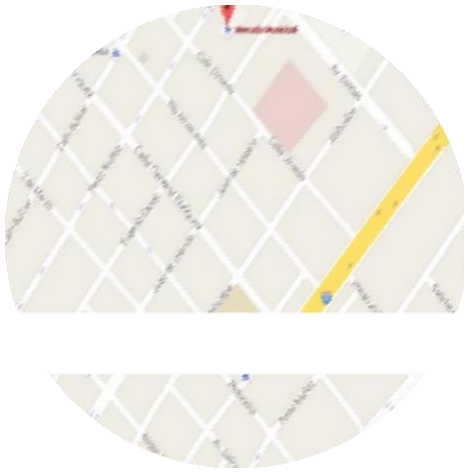
- Identificar los principales inconvenientes en la atención al cliente de las Empresa Pública del cantón Antonio Ante.

### **4.5.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la calidad del servicio prestado y la atención al cliente en la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante.
- Sugerir líneas de capacitación como charlas, foros, cursos dirigidos a los colaboradores de la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante, para mejorar la calidad de servicios y atención al cliente.

- Creación de un manual para mejorar el servicio de calidad de atención al cliente en la empresa SERMAA EP.

#### 4.6 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA



La empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante (SERMAA-EP) se encuentra ubicada en las calles Pérez Muñoz y Avenida Salinas bajos del mercado central de Atuntaqui, en Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia Atuntaqui.

La institución tiene las siguientes características:

- ✓ Una sola planta.
- ✓ Cinco oficinas distribuidas para la atención al cliente
- ✓ Una cafetería.
- ✓ Una sala de sesiones.
- ✓ Una bodega
- ✓ Un archivador histórico.
- ✓ Un baño social.

## 4.7 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

### *MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE*



## **CARACTERISTICAS DE LA PROPUESTA**

- 1. Presentación**
- 2. Introducción**
- 3. OBJETIVOS**
- 4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.**

### **UNIDAD 1: CONOCIENDO AL CLIENTE**

- ✓ Quien es cliente
- ✓ Tipos de clientes
- ✓ Encuestas

### **UNIDAD 2: LA CALIDAD Y EL PROCESO DE ORGANIZAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

- ✓ Conocer las necesidades del consumidor o cliente
- ✓ Evaluar los servicios de calidad
- ✓ Análisis de recompensa y calidad

### **UNIDAD 3: INDICACIONES A SEGUIR PARA LLEGAR A UNA EXCELENTE PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

### **UNIDAD 4: BUZÓN DE QUEJAS, SUGERENCIAS Y RECLAMOS**

## **PRESENTACIÓN**

El Manual de Atención al Cliente se elaboró con la finalidad de mejorar la atención en la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante (SERMAA-EP), hacia los comerciantes del mercado central de Atuntaqui y superar todos los problemas que se presentan por el mal trato que se les da a los clientes de la empresa. Esto es con el fin de mantener una mejor competitividad para la organización y para ello agregamos en forma específica la capacitación sobre atención al cliente, normas, políticas, protocolos que puedan mejorar la calidad en su servicio a la organización. El Manual forma parte del material de capacitación para todos los trabajadores de la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante (SERMAA-EP), para mejorar su actitud y comportamiento con los clientes de la empresa.

Incluye cuatro secciones en las que se desarrollan los temas indispensables para una excelente atención a los clientes y estas son:

1. Desarrollar los elementos clave de la atención a los/as clientes a partir del concepto de “cliente”.
2. La calidad y el proceso de organizar el servicio de atención al cliente.
3. Indicaciones a seguir para llegar a una excelente atención al cliente.
4. Las pautas para responder a los reclamos de los clientes.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente “**MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE**” tiene como objetivo proponer a los trabajadores algunas cuestiones relativas a la atención al cliente al momento que los clientes visitan las oficinas de la empresa, con la expectativa de que se comprenda la importancia de mejorar las habilidades y destrezas en la relación con los clientes. Este Manual comprende cuatro



unidades básicas en las que los empleados puedan identificar situaciones que podrían suceder en la empresa, con respecto a la atención al cliente.

La primera unidad, emprende una definición de lo que es “cliente” y los elementos clave que buscan los clientes al momento de acudir a las oficinas de la empresa. Además se demuestra los tipos de clientes y las encuestas. La segunda unidad, se realiza calidad y el proceso de organizar el servicio de atención al cliente, donde se destaca conocer las necesidades del consumidor o cliente, evaluar los servicios de calidad y el análisis de recompensa y calidad.

En la tercera unidad, indicaremos que debe observar el empleado para practicar y llegar a la excelencia atención con sus clientes, indicaciones a seguir para llegar a una excelente prestación de servicios y lograr resultados positivos al momento que ellos acuden a la empresa. En la cuarta unidad del Manual se establecen algunas pautas para responder a los reclamos de los clientes, tratando de que siempre estén satisfechos y encontrar las mejores soluciones para que la empresa siempre tenga mejor prestigio.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

- Lograr que la empresa implemente estrategias para su atención al cliente donde se determine sus expectativas y buen posicionamiento de competitividad.

### **Objetivos Específicos**

- Saber escuchar a los clientes e identificar rápidamente las necesidades que necesita la empresa.
- Responder a todas las inquietudes y aclarar sus dudas para que se sientan tranquilos por ser atendidos amablemente por los empleados de la empresa.

## UNIDAD 1

### 1. CONOCIENDO AL CLIENTE

#### 1.1. ¿Quién es el cliente?



*Fuente: Control de asistencia en reunión  
Elaborado por: Carolina Puma*

Somos todos los individuos que necesitamos cubrir una o varias necesidades y están son cubiertas por personas o empresas que prestan estos servicios para satisfacer nuestras necesidades como clientes.

#### ✓ **Tipos de Clientes**

Toda organización tiene una clasificación general en dos tipos de clientes que se describen a continuación:

- ✓ **Clientes Actuales:** Podemos decir que un cliente actual es el que realiza la adquisición de un servicio con una frecuencia regular o el cliente que utilizo el servicio en ese día.



Fuente: Control de asistencia en reunión  
Elaborado por: Carolina Puma

✓ **Cientes Potenciales:** Son aquellos clientes que pueden y tienen la posibilidad de utilizar los servicios en un futuro a corto, mediano y largo plazo.

### 1.1.1. Encuestas

Es un método de investigación o recopilación de datos exclusivos con una serie de preguntas dirigidas a personas o empresas con un propósito establecido y detallado de las necesidades que tiene esta persona o empresa en particular. Ejemplo:



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN**  
**ESPAÑOL**  
**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**



**1. Cree usted que la calidad del servicio prestado y la atención al cliente en la empresa pública de servicios municipales Antonio Ante son?**

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

**2. Los niveles de servicio que presta la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante son?**

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

**3. ¿El servicio que prestan los empleados en la atención al cliente es?**

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

**4. ¿Los trámites que se realiza en las empresas públicas han sido?**

Agiles ( ) Oportunas ( ) Lentas

## **ACTIVIDAD PARA TRABAJAR**

**Técnica 1:** Reflexión Tema.- Conociendo a un cliente

**Objetivo:** Aprender a conocer al cliente para dar un buen servicio al momento que visitan nuestra empresa.

**Estrategias:** Se realizará una dinámica.

**Dinámica:** Barco de papel

**Ambientación:** Bienvenida y acogida a los integrantes.

**Desarrollo:** Se dividen en equipos confirmando los cinco continentes.

**Materiales:** periódicos, lápiz y papel.

**Instrucciones:**

Deben escoger un secretario (lápiz y papel) que deja por escrito todas las actitudes de los integrantes del grupo (si presta ayuda, comparte, enseña). Se les entregan periódicos. En 10 minutos deben confeccionar la mayor cantidad de barcos de papel.

**Objetivo:** Desarrollar la capacidad de trabajar en equipo, dar ayuda y enseñar lo que sabe compartir.

**Conclusiones:** el secretario lee lo que observo, como cada uno aporta al equipo y el logro es por el trabajo en equipo.

## UNIDAD 2

### LA CALIDAD Y EL PROCESO DE ORGANIZAR EL

#### SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Los siguientes elementos fundamentales para realizar un seguimiento de los procesos de atención al cliente se describen a continuación:

- ✓ Necesidades del cliente
- ✓ Evaluar los servicios de calidad
- ✓ Análisis de recompensa y calidad

#### 2.1. Conocer las necesidades del consumidor o cliente

Indagar como dueños de la empresa en la que quiere vender sus servicios

- ✓ ¿Quiénes son mis clientes?

Establecer qué tipo de clientes o personas vamos a tratar como empresa.

- ✓ El trato a los diferentes tipos de clientes

TIPOS DE CLIENTES ACTUALES	CARACTERÍSTICAS	TRATO
<b>Clientes Activos e Inactivos</b>	<b>Activo:</b> Son aquellos que realizan compras en la actualidad. <b>Inactivos:</b> Realizaron sus compras hace mucho tiempo.	<b>Activo:</b> Trato especial para conseguir su fidelidad al producto o empresa. <b>Inactivos:</b> Identificar la razón por no realizar sus compras o cambio de producto o empresa.

<p align="center"><b>Cientes Complacidos</b> <b>Satisfechos e Insatisfechos</b></p>	<p><b>Complacidos:</b> como su nombre lo dice su necesidad ha sido complacida y sus expectativas han sido cubiertas, consiguiendo lealtad del cliente.</p> <p><b>Satisfecho:</b> son aquellos que han sido cubiertos su necesidad, tomando en cuenta que no es fidelidad.</p> <p><b>Insatisfechos:</b> no se encuentran conformes con el servicio o producto entregado.</p>	<p><b>Complacidos:</b> personalizar el nivel de satisfacción a los clientes.</p> <p><b>Satisfecho:</b> implementar trato un poco especial con ofertas o plus del servicio.</p> <p><b>Insatisfecho:</b> investigar y realizar correcciones en la entrega de productos o servicios entregados.</p>
---	---	--

<b>TIPOS DE CLIENTES POTENCIALES</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>TRATO</b>
<p align="center"><b>Cientes potenciales en compras frecuentes</b></p>	<p>Son aquellos que tienen una alta frecuencia en compras y se subdividen en: compra frecuente, compra habitual y compra ocasional.</p>	<p>Realizar un estudio de mercadeo para mantener al cliente en las diferentes compras frecuentes que realiza.</p>
<p align="center"><b>Cientes potenciales en volumen de compras</b></p>	<p>Son aquellos que se destacan por la cantidad o volumen de compras para cubrir las necesidades de la empresa o clientes, y se subdividen en: alto, promedio y bajo volumen.</p>	<p>Realizar un estudio de mercadeo para identificar los volúmenes de compras que el cliente las realiza.</p>
<p align="center"><b>Cientes potenciales según grado de influencia</b></p>	<p>Son aquellos que ejercen influencia de compras en segmentos de público y se dividen en: influyentes</p>	<p>Investigar el tipo de mercado para identificar la influencia de compras que realizan los clientes.</p>



Fuente: Comerciantes del mercado de Atuntaqui  
Elaborado por: Carolina Puma

## ¿Cuál es el nivel de satisfacción que buscan los clientes de SERMAA-EP?

Como empresa pública el nivel de satisfacción debe ser el más alto en calidad tanto administrativo como financiero, para así llegar hacer autónomo y que la toma de decisiones sean más rápidas y acordes a las necesidades de nuestros clientes, tomando en

cuenta que el desarrollo local y la oferta de los productos y servicios que podemos brindar sean de satisfacción para la comunidad.

## 2.2. Evaluar los servicios de calidad

Para obtener un buen servicio de calidad debemos seguir algunas reglas indispensables que describimos a continuación:



Fuente: Cliente satisfecho.  
Elaborado por: Carolina Puma

**Empleado- Cliente:** el trato debe ser bueno, armónico en donde las dos partes se sientan cómodos cada instante de la atención, tomando en cuenta que si es una atención telefónica se realiza está debe ser clara, amigable y el empleado debe manejar cada imprevisto que puede suscitar.



*Fuente: Feria de ropa en el mercado Atuntaqui..  
Elaborado por: CarolinaPuma*

**Ofertas- Promociones:** mantener y cumplir las ofertas y promociones que se han difundido en un lapso de tiempo, deben ser prioritarias para así poder tener una fidelidad de nuestros clientes, ya que condiciones y restricciones aplican en estos casos, que se puede entregar bonos, cupones o alguna otra promoción que sea atractivo para nuestros clientes.



*Fuente: Comerciantes del mercado de Atuntaqui. Elaborado por: Carolina Puma*

**Escucha- Guía:** escuchar y mostrar la atención al cliente, realizar preguntas y sugerir sobre el tema en cuestión es una de las principales reglas que debemos mantener para tener una buena atención al cliente y poder satisfacer las necesidades que este tiene, sabiendo que explicar varias veces al cliente cansa y decide no realizar la compra.





*Fuente: Venta de frutas  
Elaborado por: Carolina Puma*

**Quejas- Sugerencias:** son muy importantes en la atención al cliente porque tenemos clientes satisfechos, insatisfechos en donde comunican con quejas o sugerencias algún problema o satisfacción que ha tenido donde debemos tratar con calma y amabilidad a cada uno de nuestros clientes.



*Fuente: Venta de verduras clientes satisfechos  
Elaborado por: Carolina Puma*

**Ser útil:** ayudar a los clientes en apuros sin esperar recompensa o pago alguno crea un lazo afectivo y de amistad, ya que en la siguiente ocasión el primer lugar que visitaremos es ese.



*Fuente: excelentes vendedoras de granos.  
Elaborado por: Carolina Puma*

**Un excelente vendedor** debe anticiparse a las necesidades de los clientes con una simple conversación y observando el entorno al que se dirige para así satisfacer las necesidades de nuestro cliente.

### 2.3. Análisis de recompensa y calidad

Otra parte fundamental también es nuestro equipo de trabajo, en el que debemos tenerlos motivados.

- ✓ **Motivación:** esto debe ser de forma permanente a cada uno de los empleados con charlas motivacionales, buen ambiente de trabajo y un buen liderazgo.
- ✓ **Valorar el trabajo:** que se realiza todos los días con incentivos económicos, comisiones y estabilidad laboral.

#### ACTIVIDAD PARA TRABAJAR

**Técnica 1:** Reflexión Tema.- Calidad en la atención al cliente

**Objetivo:** Brindar un buen servicio con calidad y eficiencia para que siempre nos visiten.

**Estrategias:** Se proyectará un video de calidad en la atención al cliente que durará 4 minutos 29 segundos (<https://youtu.be/3Kc6eRdy0kY>) y se realizará una dinámica.

**Dinámica:** Lluvia de ideas por tarjetas.

**Objetivo:** Es como dice su nombre tener una lluvia de ideas, opiniones, criterios sobre un tema o situación.

**Materiales:** Papeles pequeños, lápices y cinta adhesiva

**Desarrollo:**

Cada participante o por grupos deben escribir una idea en una tarjeta. Se lee cada tarjeta y se va pegando en forma ordenada en la pared o en el pizarrón. Para clasificar las tarjetas cualquier integrante lee una de las tarjetas que ha elaborado, está se coloca en la pared luego se pide que si algún otro compañero tiene alguna tarjeta que se refiera a lo mismo o

similar a la del compañero, la lea y se van colocando juntas todas las que salgan sobre el mismo tema o aspecto y así sucesivamente hasta que todas las tarjetas se hayan colocado. Se regresa sobre cada columna para repasar el contenido y darle un nombre a la columna que sintetice la idea central que está expresada en el conjunto de tarjetas, de tal forma, que se obtenga una visión ordenada y unificada de los diversos aspectos que se desprendan de un tema. Una vez hechas las columnas analizadas, puede realizarse una votación por columna para que al final se tenga una visión clara de lo que el grupo piensa, quedando gráficamente expresado en que aspectos se concentra la mayor cantidad de ideas del grupo.

Esta técnica se puede utilizar para realizar un diagnóstico sobre lo que el grupo conoce o piensa de un tema particular, que se discutirá y profundizará en la discusión de forma colectiva. También para elaborar las conclusiones sobre un tema que se haya discutido. Para planificar acciones concretas, para evaluar trabajos realizados. El coordinador debe preguntar constantemente al plenario si está de acuerdo en la ubicación de cada tarjeta y hacer breves síntesis sobre un conjunto de opiniones dichas. El coordinador debe estar muy atento de que las tarjetas sean colocadas en el lugar correcto. El coordinador no debe ubicar las tarjetas según su criterio, sino hacer siempre que los participantes sean los que ubiquen las tarjetas. Esto lleva a que los participantes asuman necesariamente un papel activo y participativo

## UNIDAD 3

### INDICACIONES A SEGUIR PARA LLEGAR A UNA

### EXCELENTE PRESTACIÓN DE SERVICIO



*Fuente: Comerciantes sector papas  
Elaborado por: Carolina Puma*

A continuación vamos a describir nuestro proceso de atención al cliente:

- ✓ **Mostrar atención:** el momento que ingresa un cliente es demostrarle que para usted es una persona importante, saludando dando una bienvenida y preguntando la necesidad que tiene.
- ✓ **Tener una presentación adecuada:** la persona encargada de atención al cliente debe presentarse a su trabajo bien presentada para dar una buena imagen de la empresa, en el caso de utilizar uniforme respetar el horario y combinaciones asignadas.
- ✓ **Atención personal y amable, de forma cordial:** nos identificamos mutuamente entre el cliente y la persona que va atender, identificamos la necesidad del cliente, brindamos la información que requiere, indicando precios de los diferentes sectores del mercado que han sido distribuidos por la empresa SERMAA-EP, indicamos la hora en que se va a realizar el cobro de la tasa diaria de ocupación, dando a conocer también que existe el cobro de la tasa ocasional indicando que este servicio tiene un valor más alto por ser ocasional y no frecuente; para legalizar este servicio que prestamos como empresa pública , indicamos

que necesitamos una copia de cedula y papeleta de votación, debe ser clara y actual para los diferentes tramites posteriores que existen, como un contrato de arrendamiento y el recorrido por las instalaciones del mercado y por ultimo hacemos la entrega oficial del puesto que adquirido por un tiempo indefinido.



*Fuente: Comerciantes del mercado  
Elaborado por: Carolina Puma*

## **ACTIVIDAD PARA TRABAJAR**

**Técnica 1:** Reflexión Tema.- Indicaciones para llegar a tener una excelente prestación de servicios

**Objetivo:** Atender con eficiencia y amabilidad al cliente dando cualquier información que el necesite y así este satisfecho con el servicio que le brindamos.

**Estrategias:** Se proyectará un video de prestación de servicios que durará 5 minutos 11 segundos (<https://youtu.be/OJHHr0RAMj8>) y se realizará una dinámica.

**Dinámica:** Avanzamos juntos

**Objetivo:** Analizar los principios básicos de organización y se contará con los objetivos que hayan en el lugar donde se está trabajando.

**Materiales:** Papeles, lápices y objetos.

**Desarrollo:**

Dos compañeros del grupo preparan una lista que contenga un mínimo de seis tareas. Las tareas pueden ser la búsqueda de los objetos o la creación de algún tipo de cosa (hacer una canción, elaborar un dibujo). Se divide a los participantes en grupos (de 5 personas como mínimo cada uno). Cada grupo se organiza como le parezca para realizar las tareas. Se da un tiempo preciso para ejecutar la tarea (Ej. 10 minutos) dependiendo del grupo y las tareas pedidas. Las tareas son compartidas al conjunto del grupo, finalizada la lectura de cada grupo se dedica a cumplir las tareas. El primero que termine en realizarlas es el que ganará.

Cuando el equipo tenga todas las tareas, se las presenta a los compañeros que están coordinando para que sean revisadas y se constate que están correctas. Una vez declarado el equipo ganador, el resto de los equipos muestra las tareas que pudo realizar. Se evalúa como cada equipo se organizó para ejecutar las tareas. La discusión se inicia cuando los grupos cuentan cómo se organizaron para realizar las tareas, los problemas que tuvieron, como se sintieron, lo vivencial.

A partir de los elementos vivenciales referidos a la distribución del trabajo y la organización interna del grupo se pasa a discutir en el plenario aspectos como: el papel de los dirigentes, la importancia de la división de tareas para ser más eficaz, la importancia de tener claro qué se quiere para poderlo enfrentar, las acciones espontaneas.

Se deben escoger tareas que estimulen la organización y creatividad de los participantes. Se puede pedir que cada grupo nombre a su responsable de antemano, para analizar luego porque lo eligieron y como realizo la conducción del grupo.

## UNIDAD 4

### BUZÓN DE QUEJAS, SUGERENCIAS Y RECLAMOS



*Elaborado por: Carolina Puma*

Debemos tratar los reclamos, quejas y sugerencias aplicando los siguientes pasos:

✓ **Escuchar y leer**

Dar oportunidad a los clientes que describan y expongan las razones y motivos que tienen para acudir a dar sus reclamos, sugerencias y quejas.

✓ **Respetar la opinión de los clientes**

Se debe tomar nota de todos los datos que son proporcionados por los clientes y dando el interés a las opiniones.

✓ **Involucrarse**

Tomar en cuenta todos los reclamos y dar solución según el grado de dificultad dando fecha y hora a los clientes, sabiendo que no todos los problemas que han sido reportados van a tener solución.

✓ **Dar seguimiento**

Tenemos que dar seguimiento a las reclamaciones, quejas y sugerencias que han surgido en nuestro buzón para así en el caso de entregar informes saber a qué persona ha sido asignado cada una de estas situaciones.

**Siempre debemos dar importancia a cada una de las quejas, reclamos y sugerencias sin poner excusas y dando la importancia necesaria.**

### **ACTIVIDAD PARA TRABAJAR**

**Técnica 1:** Reflexión Tema.- Sugerencias para mejorar la atención al cliente.

**Objetivo:** Solucionar todas las quejas y sugerencias que los clientes piden a la empresa.

**Estrategias:** Se realizará una dinámica.

**Dinámica:** Afiche

**Objetivo:** Presentar en forma simbólica la opinión de un grupo sobre un determinado tema.

**Materiales:** Pedazos de papeles grandes o cartulinas, recortes de periódicos, marcadores o crayones y cualquier material a mano (hojas de árbol, pasto, ramas).

**Desarrollo:**

Por lo general está técnica se utiliza cuando se trabaja en pequeños grupos. Se les pide a los participantes que sobre el tema que se ha discutido o que deben discutir en los grupos, presenten sus opiniones en forma de afiche. Una vez elaborado el afiche, cada grupo lo presenta al plenario, para realizar su de decodificación:

A. Se le pide alguno de los participantes que hagan una descripción de los elementos que están en el afiche.



- B. Se pide al resto de los participantes que hagan una interpretación de lo que les parece el afiche.
- C. Luego, los compañeros que han elaborado el afiche, explican al plenario la interpretación que el grupo le había dado a cada símbolo.

Es importante el proceso de decodificación del afiche por parte del plenario, porque permite ir introduciéndose en el tema y captar toda su riqueza el contenido que se ha plasmado de forma simbólica. Esta técnica también se puede utilizar como un ejercicio de comunicación, los símbolos no son interpretados por todos de la misma manera. Van a depender del contexto y el grupo que los elabora o los interpreta para que tengan un determinado contenido.

## **Difusión**

El proyecto que se está realizando va tener una difusión en la empresa SERMAA-EP para la utilización del mejoramiento de la atención al cliente, ya que dar un trato respetuoso, amigable y confiable ante los comerciantes que integran el mercado de Atuntaqui es una de las metas de este proyecto.

## CONCLUSIONES

- ✓ La empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante SERMAA-EP carece de una buena atención hacia los clientes, es por eso que he visto la necesidad de realizar un manual de atención al cliente para mejorar la calidad en su atención, ya que los clientes califican a la empresa en formar regular.
- ✓ Los clientes de la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante no se sienten conformes debido a que los empleados no pueden orientarlos correctamente al momento que solicitan información y no son atendidos con amabilidad, respeto y cortesía como ellos esperan al momento que acuden al empresa.
- ✓ Al hacer un cálculo idóneo entre los aspectos agradables y desagradables se considera que la imagen de la empresa es regular debido a la falta de conocimiento sobre atención al cliente por parte de los empleados.
- ✓ En la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante no existe un plan previamente establecido de la atención al cliente; lo que provoca que no existan los lineamientos, guía y orientación adecuada, que permita a los colaboradores la concordancia de esfuerzos, para que en su conjunto, se procure la satisfacción al usuario, fortalecer los servicios prestados y crear una imagen excelente de la institución.

- ✓ En la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante no existe ningún programa de capacitación de la atención al usuario de los servicios municipales, lo que implica un desconocimiento total sobre el tema de servicio y atención al cliente por parte de los colaboradores, que en cierto sentido justifica por qué existen debilidades en la atención brindada a los usuarios.
  
- ✓ En la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante no existe ninguna herramienta que permita verificar continuamente las deficiencias en atención al cliente o evaluación de desempeño de los colaboradores. Tampoco se mide la satisfacción del usuario; lo que provoca la carencia de información que permita establecer la mejora continua en la atención al cliente y la toma de decisiones adecuadas.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a las autoridades de la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante, diseñar el plan de atención al usuario, con el respectivo programa y guía; con el objeto de fortalecer la calidad de los servicios prestados, elevar la satisfacción del usuario y crear una buena imagen de la empresa.
  
- ✓ Para elevar la satisfacción del usuario en un corto plazo, se recomienda implementar un programa de capacitación y evaluación del desempeño en la atención al cliente, orientado a los empleados de la empresa; con el objeto de que cuando atienden al público, adquieran conocimientos, desarrollen habilidades y se motive el cambio en la actitud al momento de prestar un servicio, y se inicie, promueva y/o mejore la cultura de la institución en la atención al usuario.
  
- ✓ Para mejorar la imagen institucional que actualmente proyecta la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante; se recomienda a los empleados, formular un plan de Mantenimiento y ambientación de las instalaciones para un mejor servicio a nuestros clientes.
  
- ✓ Se recomienda a los empleados de la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante, que posterior a la capacitación, se estudie la posibilidad de crear un comité de atención al usuario, con el objeto de proponer un plan de mejora de los servicios y de atención al cliente.

- ✓ Se recomienda, a las autoridades de la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante, integrar programas de capacitación y de forma continua, con el objeto de normalizar y promover el desarrollo de sus colaboradores, para crear una cultura de atención al cliente.
  
- ✓ Es importante realizar mediciones de la satisfacción del cliente así como evaluaciones de desempeño de los colaboradores de forma constante para mejorar la calidad de la atención al cliente que se brinda en las oficinas de la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante y elevar la calificación en atención al cliente de los usuarios de regular y buena a muy buena.

## SECCIÓN DE REFERENCIAS

- Cardona, A (2000). Teoría De Los Valores: Teoría, reflexión y respuestas. Editorial Grijalbo, S.A de C.V.
- Carl, R. (1989). Teoría humanista. Ed, 4, 79. **Recuperado de:** <https://scholar.google.es/scholar?hl=es&q=teor%C3%ADa+humanista&btnq=&lr=&oq=teoria+human>.
- (Cualidades esenciales para atención al cliente, 2014) recuperado de, <http://www.educativo.net/articulos/cualidades-esenciales-para-la-atencion-al-cliente-951.htm>
- (Doley, R., 2006), en <https://www.branfluence.com/que-es-neuromarketing/>
- (Fundamentos filosóficos, 2013) recuperado de, <http://www.eumed.net/rev/ced/31/vgel.html>
- Gómez, E. (2009). Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor.
- Johanna Sánchez (2014) Control de los Procesos de Atención al Cliente recuperado de <https://prezi.com/vj5ff5wj-30p/control-de-los-procesos-de-atencion-al-cliente/>
- Libro Dinámicas para Animaciones Misioneras (editado por OMP-Colombia presentado en el III encuentro Latinoamericano de Infancia Misionera en Quito en 1998.
- Orozco, David (2006). Relaciones humanas en <http://definicion.de/relaciones-humanas/#ixzz3GR2wgJQk>.
- Pell (2001) Que es un cliente recuperado 16 de marzo del 2017 <http://www.monografias.com/trabajos64/cliente-gestion-relaciones-publicas/cliente-gestion-relaciones-publicas2.shtml>.

- Pereira, J. (18-03-2008). La satisfacción del cliente en ISO 9001 Colombia: Pereira, J. Recuperado el 03-05 del 2011 en [http://www.portalcalidad.com/articulos/71-la\\_satisfaccion\\_del\\_cliente\\_iso\\_9001](http://www.portalcalidad.com/articulos/71-la_satisfaccion_del_cliente_iso_9001).
- Publicaciones Vértice S.L. (2010). Atención al cliente. Editorial Vértice. España. p. p. 10.
- (¿Qué entiende por prestación de servicios?, 2016) recuperado de, <http://www.dgi.gub.uy/wdgi/page?2,aspectos-generales-93,preguntas-frecuentes-ampliacion,O,es,0,PAG;CONC;1017;8;D;que-se-entiende-por-prestacion-de-servicios;2;PAG;>
- Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En Servicio al cliente (pp.19-27). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Serna, P. (2006). Del servicio al cliente a la gestión de clientes. En Servicio al cliente (pp.29-39). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- (Servicio de atención al cliente , 30 de octubre de 2013), recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio\\_de\\_atenci%C3%B3n\\_al\\_cliente](https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente)
- (Servicio de mercadeo 2016), recuperado de [http://www.elfinancierocr.com/noticias/Antonio\\_Jimenez-servicio-mercadeo-estrategias\\_0\\_674932516.html](http://www.elfinancierocr.com/noticias/Antonio_Jimenez-servicio-mercadeo-estrategias_0_674932516.html)
- Servicio público, 19 de Febrero del 2018, recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio\\_p%C3%ABlico#cite\\_note-1](https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_p%C3%ABlico#cite_note-1))
- Verdú, C., Philip Kotler, 8va Edición en <http://www.foromarketing.com/tipos-de-clientes-y-sus-caracteristicas> Del libro: Dirección de Mercadotecnia, de, Págs. 40, 41.
- Verdú (2013). 13 Características Personales para el Éxito en la Atención al Cliente recuperado <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito->

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

- ✓ **Autonomía:** Facultad de la persona o la entidad que puede obrar según su criterio, con independencia de la opinión o el deseo de otros.
- ✓ **Concisa:** [persona] Que expresa las ideas con pocas y adecuadas palabras.
- ✓ **Contexto:** Conjunto de circunstancias que rodean una situación y sin las cuales no se puede comprender correctamente.
- ✓ **Contingente:** Que puede suceder o no suceder.
- ✓ **Deducción:** Acción de extraer un juicio a partir de hechos, proposiciones o principios, sean generales o particulares.
- ✓ **Deducimos:** Sacar una conclusión por medio de un razonamiento a partir de una situación anterior o de un principio general
- ✓ **Defectuosas:** Se aplica al objeto que tiene algún defecto.
- ✓ **Denota:** Indicar o significar [algo].
- ✓ **Déspota:** Soberano que gobierna con un poder total sin someterse a leyes ni a limitaciones.
- ✓ **Enfoque:** Acción de enfocar. Manera de valorar o considerar una cosa.
- ✓ **Experimenta:** Realizar procedimientos metódicos con el objetivo de establecer la veracidad, falsedad o exactitud de una hipótesis.
- ✓ **Faenamiento:** Es el proceso ordenado sanitariamente para el sacrificio de un animal bovino, con el objeto de obtener su carne en condiciones óptimas para el consumo humano.
- ✓ **Fidelización:** Acción de fidelizar.
- ✓ **Fundamentos:** Es el principio o cimiento sobre el que se apoya y se desarrolla una cosa.
- ✓ **Indagar:** Tratar de llegar al conocimiento de una cosa reflexionando sobre ella o por conjeturas y pruebas.



- ✓ **Índole:** Carácter o condición natural propia de cada persona, que la distingue de los demás.
- ✓ **Industrialización:** Sometimiento de un producto o una actividad económica a la explotación organizada del proceso industrial. Desarrollo de la actividad industrial en una región o país implantando en él industrias o desarrollando las que ya existen.
- ✓ **Magnitudes:** es el resultado de una medición; las magnitudes matemáticas tienen definiciones abstractas.
- ✓ **Mentalidad:** Conjunto de creencias y costumbres que conforman el modo de pensar, enjuiciar la realidad y actuar de un individuo o de una colectividad.
- ✓ **Negligentes:** Falta de cuidado, aplicación y diligencia de una persona en lo que hace, en especial en el cumplimiento de una obligación.
- ✓ **Obviedad:** Cosa clara, muy evidente o poco informativa.
- ✓ **Percepción:** Primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos.
- ✓ **Preliminar:** Que sirve de introducción para tratar un tema o una materia.
- ✓ **Primordial:** Que es muy importante o fundamental.
- ✓ **Propositiva:** Es entonces alguien cuya vocación está dirigida hacia la acción pero no de manera precipitada sino luego de la necesaria reflexión para llegar a conclusiones correctas o soluciones viables.
- ✓ **Similitud:** Relación entre personas o cosas que tiene características comunes.
- ✓ **Sondeo:** Acción de sondear (echar una sonda o plomada a una masa de agua). Exploración de un terreno, especialmente haciendo perforaciones, o de la atmósfera con máquinas especiales para averiguar datos sobre los mismos

- ✓ **Supervivencia:** Conservación de la vida, especialmente cuando es a pesar de una situación difícil o tras de un hecho o un momento muy significativo.
- ✓ **Sustentó:** Alimento o elementos básicos que se necesitan para vivir.
- ✓ **Situacional:** Situación comunicativa es la circunstancia en que nos orientamos para poder interpretar el contenido de un mensaje de forma pertinente.
- ✓ **Tópico:** Que se usa y se repite con mucha frecuencia en determinadas circunstancias.
- ✓ **Trascendió:** Empezar a ser conocida una cosa que estaba oculta
- ✓ **Vínculos:** relación o atadura de una persona o cosa con otra.
- ✓ **Volcaban:** Inclinar una cosa de modo que pierda su posición normal y quede apoyada sobre un lado.

## ANEXO 1

### ABSTRACT

The objective of this research was to provide a customer service manual for Antonio Ante SERMAA-EP municipal services company. The aim was to solve the problems that exist regarding to the poor attention customer service of the employees of the company towards the clients, this research aims at improving their levels of care and ongoing training in the company. The type of research was field - statistical, with a descriptive approach. Likewise, three methods are presented for the development of this research, where the population that is equal to the sample of the study object of study is exposed, which has more than three hundred clients that belong to the company. The techniques and instruments of data collection were surveys, these were processed and tabulated in tables and graphs. This manual presents many proposals to improve customer service in the company SERMAA-EP

### KEYWORDS

Customer service, quality in customer service, meet needs, types of clients, friendliness to the customer.



Victor Rodriguez  
1715496129  
mrb

ANEXO 2



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

Atuntaqui, 8 de diciembre, 2017

Ingeniero Wilson Saltos

GERENTE DE SERMAA-EP



08-12-2017  
Autorizado

Reciba un atento saludo y el deseo sincero para que su gestión administrativa sea siempre orientada al servicio de la juventud estudiosa del cantón y de la provincia.

Yo **Ana Carolina Puma López** con C.C. 100334006-2, estudiante de la carrera de Secretariado Ejecutivo en Español de la Universidad Técnica del Norte, me dirijo a usted con la finalidad de que, por favor me autorice aplicar una encuesta dirigida al personal encargado del área de atención al cliente en la institución a la cual usted representa y en la cual me encuentro realizando un trabajo de investigación.

En espera de contar con su aporte a la información integral de los futuros profesionales en Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en Español, me suscribo con mis agradecimientos.

Atentamente,

Sra. Carolina Puma

ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE  
SECRETARIADO EJECUTIVO FECYT UTN

## ANEXO 3



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



Atuntaqui, 30 de Septiembre 2017

Ingeniero

Wilson Saltos

**GERENTE DE LA EMPRESA SERMAA-EP**

Señor Gerente

Reciba un atento saludo y el deseo sincero para que su gestión administrativa sea siempre orientada al servicio de la juventud estudiosa de la provincia y del país.

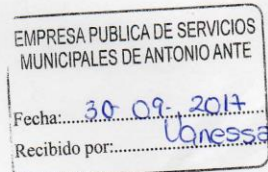
Yo Ana Carolina Puma López con CC: 100334006-2, estudiante de la carrera de Secretariado Ejecutivo en Español, de la Universidad Técnica del Norte, me dirijo a usted con la finalidad de que autorice realizar un diagnóstico investigativo dirigido a su institución con el siguiente tema: "DESEMPEÑO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA PÚBLICA DE SERVICIOS MUNICIPALES DEL CANTÓN ANTONIO ANTE (SERMAA-EP) EN EL AÑO 2016"; de la misma manera solicito autorice a quien corresponda en proporcionarme información exacta y detallada de la cantidad de administrativos que laboran en su institución, con el objeto de realizar un diseño y cálculo de muestra como parte del diagnóstico y análisis de características .

En espera de contar con su aporte a la formación íntegra de los futuros profesionales en Licenciatura en Secretariado Ejecutivo Español, me suscribo con mis agradecimientos.

Atentamente,

Ana Carolina Puma López

ESTUDIANTE DE LA CARRERA SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL-FECYT-UTN



## ANEXO 4



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



**1. Cree usted que la calidad del servicio prestado y la atención al cliente en la empresa pública de servicios municipales Antonio Ante son?**

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

**2. Los niveles de servicio que presta la empresa pública de servicios municipales de Antonio Ante son?**

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

**3. ¿El servicio que prestan los empleados en la atención al cliente es?**

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

**4. ¿Los trámites que se realiza en las empresas públicas han sido?**

Agiles ( ) Oportunas ( ) Lentas

**5. Qué sugiere usted a las empresa pública de servicios municipales para que mejore la calidad del talento humano que labora en estas dependencias?**

Atención al cliente ( ) Relaciones Humanas ( )

Agilidad en los trámites ( ) Respuestas Oportunas ( )

**6. Cree usted que se debería implementar charlas, foros, cursos, a los empleados de la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP para mejorar el servicio y atención al cliente?**

SI ( ) NO ( )

**7. ¿Las quejas y reclamos son atendidos oportunamente por el personal?**

SI ( ) NO ( )



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



**8. Tiene conocimiento de cuál es la misión de las empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP?**

SI ( )

NO ( )

**9. ¿Conoce usted cuáles son las normas de control interno que maneja la institución?**

SI ( )

NO ( )

**10. ¿Considera necesario la existencia de estrategias innovadoras para el mejoramiento del servicio y atención al cliente en la empresa pública de servicios municipales SERMAA-EP?**

SI ( )

NO ( )