



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIA EDUCACIÓN Y TECNOLOGÍA

CARRERA LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

TEMA:

IMPLEMENTACIÓN DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CONTROL DE INFORMACIÓN PARA LA EMPRESA GUAMBAR DE SAN ANTONIO DE IBARRA. PROVINCIA IMBABURA EN EL AÑO 2018.

Trabajo de grado para la obtención del título de licenciatura en la carrera de Secretariado Ejecutivo en español.

AUTOR:

Estefanía Elizabeth Montalvo Cisneros

TUTOR:

Dra. Rosa Alba Bastidas Játiva

Ibarra, 2018

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Luego de haber sido designado por el honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Director del Trabajo de Titulación: **“IMPLEMENTACIÓN DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CONTROL DE INFORMACIÓN PARA LA EMPRESA GUAMBAR DE SAN ANTONIO DE IBARRA. PROVINCIA IMBABURA EN EL AÑO 2018”**. Investigación realizada por la estudiante Estefanía Elizabeth Montalvo Cisneros, previo a la obtención del título de Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en español.

Al ser testigo presencial y correspondiente directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentados públicamente ante un Tribunal que sea designado oportunamente. Esto es lo que puedo certificar por ser justo y lega.



MSc. Rosa Bastidas

DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100320015-9	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Montalvo Cisneros Estefanía Elizabeth	
DIRECCIÓN:		Otavalo	
EMAIL:		Estefimontalvo94@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0994175336
2930193			
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:		“IMPLEMENTACIÓN DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CONTROL DE INFORMACIÓN PARA LA EMPRESA GUAMBAR DE SAN ANTONIO DE IBARRA. PROVINCIA IMBABURA EN EL AÑO 2018”	
AUTOR (ES):		Estefanía Montalvo	
FECHA: DD/MM/AAAA		4/12/2018	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:		<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO	
TITULO POR EL QUE OPTA:		Licenciatura en secretariado ejecutivo en español	
ASESOR /DIRECTOR:		MSc. Rosa Bastidas	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, MONTALVO CISNEROS ESTEFANÍA ELIZABETH, con cédula de identidad Nro. 100320015-9, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 4 días del mes de diciembre de 2018

EL AUTOR:



Estefanía Elizabeth Montalvo Cisneros

RESUMEN

Una buena atención al cliente es fundamental, para que las empresas nuevas se desarrollen, ya que se contará con clientes fijos y por ende aumentará sus ganancias económicas, de lo contrario no podría cumplir con los objetivos planificados. Siendo Ecuador un país que se encuentra en constante competencia en el mercado, las empresas deben diferenciarse una de la otra, por lo tanto, este trabajo tiene como finalidad mejorar la atención a los clientes por parte de los trabajadores y contar con un control de información. El presente trabajo se realizó en la empresa “GUAMBAR”, productora de licor artesanal, instalada en San Antonio de Ibarra, provincia de Imbabura. La Empresa carece de un Manual de Procedimientos de la Atención al Cliente y Control de Información, con el cual se logrará satisfacer las demandas y proveer oportunamente los pedidos. En el primer capítulo se realiza el marco teórico con las variables que comprende el tema de estudio, y son necesarias para entender sus conceptos e ideas. El segundo capítulo detalla la metodología, se emplea los tipos de investigación que son necesarios, los métodos de investigación y los instrumentos que ayudaron a obtener datos reales para la elaboración del plan. En el tercer capítulo se realizó un análisis de resultados y una interpretación; para concluir se elabora la propuesta para brindar una solución alternativa al problema existente en la empresa.

PALABRAS CLAVES:

EMPRESA, VENTAS, ATENCIÓN AL CLIENTE, CONTROL DE INFORMACIÓN, MANUAL DE PROCEDIMIENTOS, RECUPERACIÓN DE MERCADO.

ABSTRACT

An appropriate customer service is essential for new companies, since they will have increased their customers and therefore their economic profit. Ecuador is a country in constantly competition in the market, companies must differentiate one from the other, therefore, this work aims to improve customer service and manage information. This research was carried out in “GUAMBAR” company, which produces artisan liquor, in “San Antonio de Ibarra” district, in the province of Imbabura. This company does not have a Manual of Procedures for Customer Service an information management, to satisfy demands and provide timely orders. In the first chapter the theoretical framework is made with the variables necessary to understand concepts and ideas. The second chapter details the methodology. In the third chapter an analysis of results and interpretation was carried out; finally the proposal is prepared to provide an alternative solution to the existing problem in the company.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación dedico a mi hijo Ángel Montalvo quien siempre está conmigo, en momentos buenos y malos, la persona que ha sido fuente de inspiración para poder alcanzar mi objetivo y ha logrado brindarme la fuerza para no desvanecer en el transcurso del camino.

A mis padres Fausto Montalvo y Amparo Cisneros, ya que, gracias a su sacrificio he podido alcanzar mi meta propuesta, por esa razón dedico este trabajo con mucho amor a las personas que me dieron la vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fuerza y la valentía para poder culminar con mi meta propuesta, agradezco a la Universidad Técnica del Norte y a todos los docentes que me brindaron sus conocimientos y paciencia lo cual me permitió culminar mi carrera profesional.

A mis padres Fausto Montalvo y Amparo Cisneros por todo el sacrificio realizado, ya que, mediante su esfuerzo, he podido cumplir con mi objetivo deseado. El brindarme su apoyo incondicional a pesar de los obstáculos que se han presentado a lo largo del camino, demostrando siempre su comprensión, amor y cariño, todas estas muestras de amor ha dado el fruto de finalizar este trabajo final con éxito.

Agradezco a Oliver López, ya que mediante sus consejos, su apoyo y amor, he podido culminar este trabajo de investigación.

Agradezco a mis hermanas, mis abuelitas, y a toda mi familia en general por estar junto a mí, brindándome su apoyo incondicional y sus palabras de aliento en los momentos más difíciles del camino.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	iii
RESUMEN.....	v
ABSTRACT	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
Introducción	xiii
CAPÍTULO I.....	1
1. Marco teórico.....	1
1.1. Fundamentación teórica.....	1
1.2. Fundamentación psicológica	1
1.3. Fundamentación sociológica	2
1.4. Fundamentación legal.....	2
1.5. Atención al cliente	3
1.5.1. Elementos de la atención al cliente.....	3
1.5.1.1. Entorno	3
1.5.1.2. Organización.....	4
1.5.1.3. Empleados.....	4
1.5.2. Cliente.....	4
1.5.2.1. Manifestaciones del cliente.....	5
1.5.3. Calidad.....	5
1.5.4. Comunicación	6
1.5.4.1. Características de la comunicación.....	6
1.5.5. Comunicación interna de la empresa	7
1.5.5.1. Comunicación descendente	7
1.5.5.2. Comunicación ascendente	7
1.5.5.3. Comunicación horizontal o lateral.....	8
1.5.6. Formas de comunicación	8
1.5.6.1. Comunicación formal	8

1.5.6.2.	Comunicación informal	9
1.5.7.	Competencia directa	9
1.6.	Control de información.....	9
1.6.1.	Empresa	9
1.6.1.1.	Valores de la empresa.....	10
1.6.1.2.	Valores éticos.....	11
1.6.2.	Control	11
1.6.2.1.	Registro de Información	12
1.6.2.2.	Sistema de información	12
1.6.3.	Estrategia	13
CAPÍTULO II.....		15
2.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	15
2.1.	Tipos de investigación	15
2.1.1.	Investigación documental	15
2.1.2.	Investigación de campo	15
2.1.3.	Investigación descriptiva	15
2.2.	Métodos de investigación	15
2.2.1.	Método analítico	15
2.2.2.	Método deductivo	15
2.2.3.	Método descriptivo	16
2.2.4.	Método estadístico	16
2.3.	Técnicas e instrumentos.....	16
2.3.1.	Encuesta.....	16
2.3.2.	Entrevista	16
2.3.3.	Ficha de observación	16
2.4.	Matriz de relación	17
2.5.	Población	18
2.6.	Muestra	18
CAPÍTULO III		20
3.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	20
3.1.	Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes de la fábrica de licor.....	20
3.2.	Análisis de las encuestas realizadas a los trabajadores de la fábrica de licor Guambar de San Antonio de Ibarra.	23

3.3.	Entrevistas realizadas a trabajadores de la empresa Guambar.	28
3.4.	Análisis de la ficha de observación	30
CAPÍTULO IV		32
4.	PROPUESTA	32
4.1.	Título de la propuesta	32
4.2.	Justificación	32
4.3.	Objetivos.....	33
4.3.1.	Objetivo general.....	33
4.3.2.	Objetivos específicos	33
4.4.	Ubicación sectorial	33
4.5.	Desarrollo de la propuesta	33
4.6.	Conclusiones.....	69
4.7.	Recomendaciones	69
4.8.	Impactos.....	70
Bibliografía		73
ANEXOS		74
	Ficha de observación.....	75
	Encuesta dirigida a: clientes	76
	Encuesta dirigida al: Personal de la fábrica Guambar.....	77
	Entrevistas:	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación.....	17
Tabla 2 Población.....	18
Tabla 3 Atención al cliente.....	20
Tabla 4 Trato de los vendedores.....	20
Tabla 5 Tiempo de espera	21
Tabla 6 Satisfacción del cliente.....	21
Tabla 7 Atención del personal del ventas.....	22
Tabla 8 Frecuencia de compra.....	22
Tabla 9 Calidad de atención al cliente.....	23
Tabla 10 Capacitación del personal en atención al cliente.....	23
Tabla 11 Procedimientos para atención al cliente	24
Tabla 12 Utilidad de manual de procedimientos.....	24
Tabla 13 Implementación de manual de procedimientos.....	25
Tabla 14 Mejoras por implementación de manual de procedimientos.....	25
Tabla 15 Seguimiento de clientes.....	26
Tabla 16 Atención con cortesía	26
Tabla 17 Quejas de clientes.....	27
Tabla 18 Disminución de ventas	27
Tabla 19 Respuestas de entrevistas realizadas a los trabajadores de la fábrica Guambar.....	28
Tabla 20 Ficha de observación	30

Introducción

El presente trabajo se realizó en la fábrica “GUAMBAR”, productora de licor artesanal, que se encuentra instalada en San Antonio de Ibarra, provincia de Imbabura. La empresa está calificada como pequeña empresa; cuenta con dos años de funcionamiento; trabajan once personas incluido el gerente general.

Esta Industria fue creada el 25 de noviembre del 2014, por iniciativa de la señora Giuliana Pittau de origen italiano, que se asociaría para este objetivo con las señoras Bárbara Vásquez y Amparo Castillo. La razón social, se conforma con las primeras letras de los nombres de estas damas.

Siendo el Ecuador un país que se encuentra en pleno desarrollo, las oportunidades de llevar a cabo emprendimientos son variadas y la competencia para ingresar y mantenerse en el mercado, muy exigente.

Condiciones como: calidad del producto, capacidad empresarial, atención al cliente y organización administrativa son fundamentales para que las empresas nacientes se desarrollen y generen fuentes de empleo.

Esta investigación se realizará para solucionar el problema existente, que es mejorar la atención al cliente por parte de los trabajadores de la fábrica Guambar para lograr que la empresa crezca y cumpla con la misión y la visión que se proyectan.

El objetivo principal de este proyecto de investigación es mejorar la atención al cliente por parte de los trabajadores y contar con un control de información de la empresa para obtener clientes fijos y ganancias económicas.

Poseer una calidad en el producto y en la atención al cliente es fundamental para obtener un número mayor de ganancias, ya que los clientes estarán satisfechos del producto y de la atención brindada.

En la investigación se aplicará encuestas, entrevistas y ficha de observación, para obtener datos reales y poder encontrar una solución al problema existente, los métodos a utilizarse serán: el método analítico, el método descriptivo, el método deductivo y el método estadístico.

Se implementará un manual de atención al cliente y control de información que será de utilidad para todos los trabajadores que laboran en la fábrica el cual se logrará solucionar el problema existente mejorando la atención al cliente.

Para obtener mejores resultados hacia la empresa, satisfacer las demandas por parte de los clientes, brindando una atención personalizada y mejores resultados hacia la empresa.

CAPÍTULO I

1. Marco teórico

1.1. Fundamentación teórica

Los fundamentos teóricos son los conocimientos en que se basa la presente investigación, ya que se recopilará información de diferentes fuentes con la cual se formularán las recomendaciones pertinentes. Evitando, por ética y profesionalismo, plagiar investigaciones anteriores; más aún si las mismas no brindaron los resultados esperados. La teoría propuesta permitirá que la presente investigación, empiece, lógicamente desde un punto de inicio.

Es necesario que el trabajo de investigación maneje todos los niveles teóricos, para evitar hipótesis o planteamientos ya realizados. En la reseña de este proyecto se debe dejar claro que los elementos teóricos son los que van a servir de pauta en la investigación. Estos fundamentos teóricos van a permitir presentar una serie de conceptos, que constituyen un cuerpo unitario y no simplemente un conjunto arbitrario de definiciones, por medio del cual se sistematizan, clasifican y relacionan entre sí los fenómenos particulares estudiados. (Alzamora, 2010, pág. 57)

Se seleccionará la información necesaria para que con su análisis se pueda configurar un conjunto fusionado de conocimientos técnicos, que se plasmará en el Manual a recomendarse; cuyo contenido, al que se añadirán la experiencia empresarial, habilidades y destrezas del investigador, y el trabajo efectivo de los trabajadores para cumplir en la consecución de los objetivos planteados.

1.2. Fundamentación psicológica

La Psicología es el estudio científico de la conducta y la experiencia, de cómo los seres humanos y los animales sienten, piensan, aprenden y conocen para adaptarse al medio que les rodea. La psicología moderna se ha dedicado a recoger hechos sobre la conducta y la experiencia, y a organizarlos sistemáticamente, elaborando teorías para su comprensión. (Vargas, Loreña, & Muñoz, 2015, pág. 19)

La teórica psicológica, como fundamento de la conducta humana, nos permite identificar las situaciones y el porqué de ciertas reacciones de las personas; y, la influencia en el rendimiento, producción, convivencia y comportamiento en los diferentes escenarios en que desarrollan sus actividades.

En el caso de la Empresa, conocer cuál es la posición del vendedor frente a los clientes ubicar el motivo de su comportamiento; así como el grado de identificación de sus trabajadores con la Empresa. Conocidas estas razones, se podrán diseñar las soluciones pertinentes.

1.3. Fundamentación sociológica

Según opina: (Cruz, 2014, pág. 2) "Caracterizamos a la sociología como una disciplina cuyo objeto de estudio es toda manifestación humana; es decir, toda acción producto de nuestras relaciones con otros individuos, en la que interactuamos y no es posible desligarnos de ello, ni mucho menos dejar de participar en su desarrollo y evolución a través del tiempo".

Siendo que la Sociología es el centro en el estudio del comportamiento humano, resulta lógico que la Empresa conozca la línea de conducta básica, de sus colaboradores directos, como de aquellas que mantienen relaciones comerciales, como el caso de los clientes; este conocimiento permitirá mejorar las relaciones interpersonales, cuyo deterioro afecta directamente la producción y la comercialización del producto.

1.4. Fundamentación legal

Código del trabajo: Art.42.- Obligaciones del empleador.- Son obligaciones del empleador: 17. Facilitar la inspección y vigilancia que las autoridades practiquen en los locales de trabajo, para cerciorarse del cumplimiento de las disposiciones de este código y darles los informes que para ese efecto sean indispensables. (Código del trabajo, 2015)

Todas las empresas deben cumplir con sus obligaciones, una de ellas es que el empleador de a las autoridades pertinentes un espacio, para que ellos puedan inspeccionar y verificar que la empresa hace el cumplimiento de las obligaciones que el código del trabajo detalla.

1.5. Atención al cliente

“La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio, y la reputación del producto o servicio que recibe”. (Zapatero Álvarez, 2012, pág. 13)

En el mundo de los negocios en que se desarrollan las actividades existe una gran competencia y cuando ésta no es leal, es destructora. Este fenómeno obliga a diferenciar una empresa de otra, y, la mejor forma es a través del servicio o atención que se brinda al cliente; así, cuando la empresa satisface la demanda, se refleja en el incremento de sus ventas, el incremento de su producción y mejora sus ingresos económicos. Al mismo tiempo que alcanza sus metas y se ubica en un destacado sitio en el mercado.

Aquellas personas encargadas de la atención al cliente deben estar competitivamente capacitadas; serán conocedoras de los gustos, las costumbres, las exigencias, los planes de compras, condiciones de pagos, etc. de los clientes. Estarán obligadas a llevar un registro pormenorizado con todos estos detalles. Esto permitirá crear una relación comercial a largo plazo entre el cliente y la empresa; y por lo que no cualquier persona está en condiciones de prestar con éxito el servicio de atención al cliente. De esta acción depende el que la clientela sea calificada como cautiva u ocasional; y por lo tanto la marcha de la empresa sea positiva.

1.5.1. Elementos de la atención al cliente

1.5.1.1. Entorno

Es aquel que está formado por todos los elementos físicos y elementos accesorios para su puesta

en funcionamiento. La opinión que tienen los clientes es muy importante se requiere que tenga una buena sensación de la empresa y eso solo es posible si nuestro entorno es aceptable. (Tarodo, 2011, pág. 168)

Los componentes del entorno son una serie de factores que les conforman o le rodean a la empresa, estos factores son la competencia, la calidad del producto, los proveedores.

1.5.1.2. Organización

“Es fundamental en cualquier actividad. Muchas veces, la buena organización de un negocio y la supervivencia de una empresa dependen de su modo de organizar el trabajo”. (Sánchez, 2010, pág. 9)

Mediante una buena organización, la empresa va a cumplir con las metas deseadas, ya que se realizarán todas las actividades planeadas y así se obtendrá la satisfacción de los clientes.

1.5.1.3. Empleados

“Son aquellas personas que forman parte de la empresa y que son muy necesarias para relacionarse con los clientes. La imagen de la empresa dependerá de la imagen que los clientes tengan de los empleados de la empresa”. (Tarodo, 2011, pág. 168)

Los empleados son las personas que cumplen una función específica dentro de la empresa. Por lo tanto es importante que los trabajadores brinden una buena imagen a los clientes, para que tengan una buena imagen empresarial.

1.5.2. Cliente

Una de las partes más importantes que integran la filosofía estratégica de la empresa son los clientes, porque gracias a ellos vive la empresa. Si no le vendiera a los clientes y éstos no compran, ¿entonces de qué viviría el negocio? Por lo tanto, son una parte vital de la filosofía y del entorno de cualquier organización. (García, 2011, pág. 46)

La venta es el intercambio de un producto o servicio a cambio de una ganancia, por lo tanto es importante satisfacer a los clientes, ofreciendo un producto y un servicio de calidad para lograr la satisfacción total, evitando en las técnicas de ventas vender productos que no requieren los clientes.

Las ofertas o simplemente el facilitarle su acceso al producto es otro importante imán para el cliente, la implementación de descuentos, promociones especiales, son estrategias de la fidelización, hay que aplicarlas a sabiendas de que son inversiones a largo plazo. El precio es otro elemento básico, por lo tanto, es necesario mantenerlo siempre vigilado.

1.5.2.1. Manifestaciones del cliente

Una queja es la manifestación de disconformidad con un producto adquirido o un servicio contratado por parte de un consumidor o usuario. Las manifestaciones de insatisfacción de los ciudadanos con los servicios prestados, el funcionamiento de la empresa, comercio.

“Una queja es un regalo, es una oportunidad para mejorar y conocer la opinión del cliente sobre nuestro servicio, porque puede haber clientes insatisfechos que no se quejan, y solo conocemos su malestar cuando se van”. (Arenal, 2018, pág. 7)

Habiéndose determinado que el cliente es parte importante en el desarrollo de la empresa, sus opiniones, puntos de vista y sugerencias, deben ser tomados en cuenta. Se deben eliminar susceptibilidades y asumir que una visión desde el exterior de la empresa contiene conceptos positivos, como la ubicación del producto en el mercado, debilidades, posibles sitios de expansión, etc.; para esto es necesario que exista un clima de confianza, de trabajo, de transparencia de actos, en la empresa.

1.5.3. Calidad

“No olvidemos que nuestra calidad está medida por la aceptación por parte de nuestros clientes de nuestros productos”. (Díaz, 2010, pág. 222)

En el campo productivo, la calidad es un conjunto de condiciones y propiedades que inciden directamente en la aceptación de un producto en el mercado, se traduce en superioridad en la línea de la comercialización.

1.5.4. Comunicación

“La comunicación eficaz se produce cuando el receptor interpreta el mensaje en el sentido que pretende el emisor: además, los procesos de comunicación, por su parte, son herramientas sociales que permiten la interacción humana”. (Blanco García & Lobato Gómez, 2013, pág. 27)

La comunicación es la forma de conectarse entre dos o más sujetos, elementos, personas, a través de varios medios y, especialmente, la conversación directa, es un proceso de intercambio de información en el cual interviene el emisor que es la persona que expone el mensaje con la indagación que se quiere transmitir, en la que se espera una respuesta del receptor, quien es el que recibe el mensaje, mediante un canal por el cual se transmite, a medida que se expone la información se reproduce reacciones diferentes de los oyentes.

1.5.4.1. Características de la comunicación

La comunicación se caracteriza por una serie de rasgos que hay que destacar: se deben utilizar palabras y gestos adecuados a lo que queremos transmitir, se exteriorizan sentimientos negativos y positivos, se responde con sentimientos, se emiten ideas claras, concisas y convincentes. (Martínez, 2014, pág. 2)

La existencia de la comunicación, que generalmente es oral, se refuerza con el uso de movimientos y gestos apropiados. Las disposiciones u órdenes, manifestaciones de puntos de vistas, consejos, acotaciones, etc. Sería imposible trasmitirlas si no existiese este medio.

Una mala comunicación, da lugar a falsas interpretaciones sobre una realidad, y, en caso de las empresas productoras, en el campo técnico, sobre todo, sino es exacta y positiva, podría llevarlas a graves equivocaciones con graves implicaciones para la producción.

Para que en una empresa exista una buena comunicación el mensaje debe ser claro para que los contenidos sean explícitos y exactos, así se obviarán comentarios inapropiados, malos entendidos y acciones contrarias a lo positivo.

1.5.5. Comunicación interna de la empresa

1.5.5.1. Comunicación descendente

Según (Sánchez, 2010, pág. 47): “Adoptan la forma de órdenes, programas, tareas, recomendaciones, comunicados, etc. Que transmiten los supervisores jerárquicos a las personas que dependen de ellos”.

Esta comunicación que se origina en los estamentos superiores, hacia los operacionales, debe ser exacta y sin divagaciones; de otra manera, será difícil su ejecución y corre el riesgo de ser contraproducente para el desarrollo y su efecto en las actividades de la fábrica: producción, ventas, atención al cliente, etc.

1.5.5.2. Comunicación ascendente

Para la autora (Sánchez, 2010, pág. 47): “Se utilizan para dar informes, sugerencias, petición de aclaraciones, reacciones a las órdenes recibidas, quejas, etc. Siguen un sentido contrario a las anteriores; es decir, se originan en escalones jerárquicos inferiores y su destino es un escalón superior”.

La opción de que los trabajadores puedan hacer llegar, a los estamentos más altos, sus comentarios, sugerencias, solicitudes, debe ser absolutamente fluida; la experiencia que este grupo va adoptando día a día, se convierte en un bagaje de conocimientos de enorme importancia para los objetivos de la empresa y cualquier noticia o comunicado que llega de los trabajadores, debe ser escuchado y, en lo posible puesto en acción, esta práctica a más de ser positiva para los intereses empresariales será de gran motivación para este estamento.

1.5.5.3. Comunicación horizontal o lateral

El autor (Fernández Verde & Fernández Rico, 2017, pág. 4) afirma que: “Hay un intercambio de información en el mismo nivel”.

El ser humano se caracteriza, entre otras circunstancias, por su inclinación natural a comunicar a otro lo que posee; esta virtud comunicativa hace que se facilite el trato con los demás grupos de trabajo, cuando hay un intercambio de conocimientos y de información de un equipo humano a otro con el que comparte iguales responsabilidades, derechos y obligaciones; es ahí cuando se presenta la comunicación horizontal.

En la comunicación organizacional radica el proceso de emisión y recibimiento de información brindada en una empresa. La comunicación utilizada puede ser transmitida preferencialmente al interior de la empresa y externamente, con mayor cuidado y rigurosidad, tiene como objetivo, aparte de informar, también generar la retroalimentación.

1.5.6. Formas de comunicación

1.5.6.1. Comunicación formal

Es la forma de comunicación que está establecida por la empresa y que, además, se corresponde con la propia organización de los procedimientos de la misma. Define el modo en que cada persona debe comportarse y cómo debe recoger y transmitir la información que le llega. Este tipo de comunicación representa el orden jerárquico oficial, y le permite transmitir la información de una manera rápida y con pocos errores, por lo tanto resulta muy útil para tomar decisiones. (Fernández Verde & Fernández Rico, 2017, pág. 4)

La comunicación formal es importante en una empresa, ya que se emplea para transmitir instrucciones, órdenes a cumplir por parte de los altos directivos, con el objetivo de lograr las metas deseadas.

1.5.6.2. Comunicación informal

Es la forma de comunicación que nace espontáneamente entre las personas que ocupan una posición en la organización formal de la empresa. Esta comunicación informal surge de las propias relaciones sociales entre los miembros de la organización y se forma por la necesidad de comunicación que las personas tienen, sobre todo si la comunicación formal que se ha establecido en la empresa no es suficiente para fomentar la relación interpersonal directa y poder así canalizar emociones. (Fernández Verde & Fernández Rico, 2017, pág. 5)

Es una comunicación que surge espontáneamente en los trabajadores de una empresa, realizando una comunicación sin seguir ningún protocolo y con ella se obtiene buenos resultados, ya que permite obtener información adicional y necesaria, también es importante para agilizar la tramitación.

1.5.7. Competencia directa

Es aquella en donde empresas similares, ya sea de igual o mayor o menor tamaño, venden, distribuyen y/o comercializan productos y/o servicios iguales o similares. Ésta es la competencia real por la cual la empresa debe preocuparse y atenderla de una manera filosófica inteligente. Es decir, que hay que ver la competencia directa como una motivación para mejorar nuestro negocio. (García, 2011, pág. 46)

Se dice que la sana competitividad entre las empresas permite, a su vez, el crecimiento de ellas. La capacidad de competencia o competitividad se resume en la calidad del producto y en la bondad que se ofrece a través de la atención al cliente. Para estos fines deben escogerse, de un serio análisis, las mejores estrategias, que generarán el incremento de clientes y el aumento lógico del volumen de ventas.

1.6. Control de información

1.6.1. Empresa

La empresa es una entidad económica que se crea con el fin de obtener un beneficio a través del

ejercicio de una actividad empresarial. También la podemos definir como una unidad de producción, cuyo objetivo es crear o aumentar la utilidad de los bienes para satisfacer las necesidades humanas y sociales. (Serrano, 2017, pág. 2)

La empresa es el conjunto de elementos engranados íntimamente entre sí para lograr beneficios, generalmente económicos, bajo un mismo marco legal; y estos elementos mejor definidos como recursos: humanos, económicos, materiales y equipos, responden a objetivos trazados previamente, que a la falta de cualquiera de estos sería imposible la existencia de la empresa.

La organización está integrada por capital y trabajo, puede dedicarse a actividades mercantiles, industriales de prestación de servicios, etc.

1.6.1.1. Valores de la empresa

Los valores representan a una cultura en sus principios y creencias; son principios porque inician la ideología de una familia o de un pueblo e influirán seguramente durante el resto de su vida. Asimismo, son creencias porque incluyen la religión, la manera de construir la economía, el modo de hacer política y educar a sus hijos. Dichos valores pueden cambiar según la zona, el estado o la nación, y definir y concebir, por ejemplo, a la honestidad de una manera y otros de otra e incluso de un modo opuesto. (García, 2011, pág. 67)

En una empresa deben existir principios bien definidos con el objetivo de que los trabajadores conozcan su forma de actuar y comportarse en diferentes situaciones laborales o no. Una empresa que no se fundamente en valores morales y éticos difícilmente podrá mantenerse vigente en el mundo del negocio; son la guía y al mismo tiempo el reflejo de la seriedad y responsabilidad con la que sus autoridades y colaboradores desarrollan sus actividades internas y externas.

Ellos están obligados a mantener plena identificación con dichos valores: cuidar de su imagen, de su historia, de su nombre; de no ser así, no podrán coincidir con los sistemas de trabajo, anhelos y

metas de la empresa y los obstáculos se multiplicarán, si el grupo o equipo de trabajo no piensa y actúa bajo los mismos principios.

1.6.1.2. Valores éticos

Los valores éticos fomentan la buena reputación de una empresa. Tales valores deben enmarcar la conducta de directivos y empleados, orientando su integridad y compromiso personal hacia la organización. Para afianzar esta reputación no basta el mero respeto a la ley, es decir, la eficacia de un sistema de control no puede estar por encima de la moral y la integridad de las personas que administran y supervisan estos controles, ya que estos valores constituyen el basamento de toda la estructura de control. (Eslava, 2013, pág. 21)

La conducta de las personas está determinada por sus valores o principios. Siendo los más importantes: lealtad, libertad, honestidad, respeto, integridad, que se adquieren y se consolidan con el transcurso de la vida en la que influyen factores familiares, culturales, sociales e informativos.

Si una empresa cuenta con un personal poseedor de estos principios, tendrá una base para su buena imagen, reflejará seriedad, garantía y confianza en el producto que elabora; su clientela estará satisfecha y sus proyecciones siempre serán positivas. Las interrelaciones entre sus colaboradores serán armoniosas. La responsabilidad se demostrará en el cumplimiento puntual de cada una de las obligaciones.

1.6.2. Control

Opina sobre el control, (Eslava, 2013, pág. 9) El control de la empresa es fundamental para que pueda supervivir. Es evidente que, como confirman las estadísticas, una gran mayoría de empresas pequeñas y medianas mueren, bien por falta de control, bien por la existencia de un inadecuado sistema de control.

El control que es sinónimo de intervención y de registro es vital para la empresa. La falta de este desembocará en ausencia de regulación y de límites, mediante el cual es factible coordinar y unificar las conductas de los actores de la producción, para alcanzar metas comunes. Es indispensable que se cuente con un control de calidad, que no es sino el registro permanente de datos, que permite la fabricación en serie de determinado producto.

1.6.2.1. Registro de Información

Es la actividad de registrar o capturar la información para que pueda ser utilizada de forma adecuada con posterioridad, sin errores y con el menor costo posible. Esta fase se materializa en la creación de un soporte físico adecuado al tipo de información a captar. (Carmen de Pablos Hereder, 2011, pág. 24)

La información es la interpretación de testimonios y documentos originados en las actividades conscientes, para conocimiento de otros. Utiliza para el efecto tres elementos: argumento de aplicación, los planes y datos del entorno; estos que se refieren a toda la información recopilada y codificada, para poder ser archivada y guardada.

El ser humano, sin embargo, tiene la capacidad de generar códigos, símbolos y lenguajes que enriquecen la información, la modifican, la reproducen y la recrean constantemente, otorgándole nuevos sentidos.

La información es una recopilación de datos organizados que se comunican a una persona o grupo de personas con el objetivo de hacer conocer el mensaje transmitido sin la espera de una respuesta.

1.6.2.2. Sistema de información

Un sistema de información (SI) empresarial es el conjunto de recursos técnicos, humanos y económicos, interrelacionados dinámicamente, y organizados en torno al objetivo de satisfacer las necesidades de información de una organización empresarial para la gestión y la correcta adopción de decisiones. (Carmen de Pablos Hereder, 2011, pág. 21)

Es la suma de procedimientos que intervienen juntos para satisfacer un anhelo frecuente, lograr un objetivo; que conduce a que una institución con información oportuna y confiable, sea capaz de satisfacer las inquietudes o demandas de sus colaboradores. Aunque no es imprescindible para este objetivo, siempre será conveniente para el desarrollo de esta actividad utilizar un apoyo informático.

Los elementos que intervienen en este tipo de sistemas son: el recurso humano, los datos o información fuente, el equipo informático, las telecomunicaciones y las políticas y reglas empresariales utilizadas para cada caso.

Por lo general el sistema de información se sustenta en:

- Ingreso, cuando el sistema es alimentado de los datos requeridos.
- Almacenamiento, que corresponde a la administración de los archivos.
- Transformación o proceso de los datos en información veraz.
- Salida, o entrega de la información a los usuarios de manera transparente, reflejando la realidad de los hechos.

Los usuarios de los sistemas de información tienen diferente grado de participación dentro de un sistema y son el elemento principal que lo integra, así se puede definir usuarios primarios quienes alimentan el sistema, usuarios indirectos que se benefician de los resultados pero que no interactúan con el sistema, usuarios gerenciales y directivos quienes tienen responsabilidad administrativa y de toma de decisiones con base a la información que produce el sistema.

Para que en la empresa exista una buena organización de información, debe contar con un sistema en el que consten, bajo un ordenamiento adecuado, datos, cifras y novedades registrados técnicamente para obtener la información veraz, integral, en el menor tiempo y en el momento que se requiere.

1.6.3. Estrategia

La palabra estrategia se deriva del término griego strategos, que proviene del ámbito militar. En

dicho mundo, estrategos se asocia la organización y planificación de campañas militares con el objetivo de lograr ciertas metas, que generalmente están asociadas con derrotar al enemigo. La estrategia empresarial, adapta ideas de la estrategia militar al establecer que una empresa debe especificar sus objetivos, desarrollar planes de acción y asignar sus recursos para cumplir con tales objetivos. (Tarziján, 2013, pág. 33)

La estrategia, es la capacidad de acción de la empresa fundamentada en sus propios principios; adicionalmente apuntalada por la libertad de acción, la seguridad personal e industrial, el trabajo en equipo, la sorpresa, la capacidad puesta de manifiesto en las diferentes tareas, la voluntad de mejorar y la decisión de vencer, todos estos evidenciados en el desarrollo y bienestar empresarial y laboral y en la calidad del producto, que hacen la diferencia con la competencia; plasmada en un régimen de trabajo.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Tipos de investigación

2.1.1. Investigación documental

La presente investigación es documental debido a que se investigó en libros, folletos, artículos digitales que permitió recopilar información necesaria para la elaboración del marco teórico.

2.1.2. Investigación de campo

La información se obtuvo del lugar donde ocurrieron los hechos, es decir, de la fábrica de licor Guambar, ubicada en San Antonio de Ibarra, Provincia de Imbabura.

2.1.3. Investigación descriptiva

Se analizó el entorno y el problema existente en la fábrica de licor Guambar en cuanto a la atención al cliente por parte de los trabajadores.

2.2. Métodos de investigación

2.2.1. Método analítico

El método analítico permitió conocer sobre el tema de estudio, y conocer las causas del problema y poder influir en la investigación aportando el conocimiento adquirido a través de un análisis de resultados buscando la alternativa al problema encontrado. Sirve de aporte en la investigación debido que permitió analizar las diferentes áreas para poder determinar o corregir los procesos o funciones que no se están ejecutando adecuadamente y que genera mal estar en los clientes.

2.2.2. Método deductivo

A través de este método se pudo analizar diferentes puntos de vista realizando encuestas a los

usuarios que consumen el producto de la empresa, realizando entrevistas a personas involucradas directamente en su producción; en base a estas acciones, se formulará una ficha de observación en base a la cual tendrá lugar un análisis, que será una de las fuentes de apoyo a la gestión empresarial de realizar correctivos.

2.2.3. Método descriptivo

En este método permitió describir el problema existente en la fábrica de licor Guambar, permitiendo la comprensión sobre los acontecimientos del problema.

2.2.4. Método estadístico

Este método se utilizó para realizar una interpretación de los datos obtenidos y poder observar sus resultados.

2.3. Técnicas e instrumentos

2.3.1. Encuesta

La encuesta fue dirigida a los clientes de la fábrica de licor Guambar y al personal de la empresa, para obtener la información necesaria para el estudio.

2.3.2. Entrevista

La entrevista se aplicó a todo el personal que labora en la fábrica Guambar, con el objetivo de conocer sus opiniones sobre el problema existente.

2.3.3. Ficha de observación

Se utilizó la ficha de observación para poder ver la realidad de los hechos que suceden en la fábrica Guambar.

2.4. Matriz de relación

Tabla 1 Matriz de relación

Objetivos de diagnóstico	VARIABLES	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Determinar los factores que inciden en la atención que se brinda a los clientes por parte del personal de la empresa.	Atención al cliente	-Conocimiento sobre atención al cliente. -Experiencia. -Imagen empresarial. -Estudios realizados. -Capacidades.	-Fichas de observación -Encuestas -Entrevistas	-Personal directivo -Usuarios -Trabajadores
Analizar los factores del control de información en la empresa.	Control de información	-Estudios realizados. -Conocimiento sobre control de información	-Fichas de observación -Encuestas -Entrevistas	-Personal directivo -Usuarios -Trabajadores.

Elaborado por: Montalvo Estefanía

2.5. Población

Del análisis de la información obtenida de las personas relacionadas con la empresa Guambar de San Antonio de Ibarra se ha podido identificar lo siguiente:

Tabla 2 Población

ESTRATOS	NÚMERO DE INTEGRANTES
Gerente - propietaria de la fábrica de licor Guambar.	1
Personal administrativo.	3
Personal operativo.	3
Personal de distribución y ventas.	4
Cientes de la Provincia de Imbabura	95
Total	106

Fuente: Empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

2.6. Muestra

Al ser un número alto de la población que se encuentra relacionada internamente y externamente con la fábrica se procede a aplicar la fórmula.

Donde:

n = al tamaño de la muestra.

P = probabilidad de éxito que puede alcanzar.

Q = probabilidad de fracaso.

N = población existente.

E = error de estimación.

Z = valor de la curva normal de nivel de confianza. Reemplazando los valores, tenemos:

N= tiene el total de 106 individuos en la muestra.

Z = 95% que corresponde a 1.96 nivel de confianza para este proyecto. E = 5% error de la muestra.

Fórmula

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot \sigma^2}{e^2(N-1) + Z^2 \sigma^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * (106) * (0.5) * (0.5)}{1.96^2 * (0.5) * (0.5) + 106 * 0.05^2}$$

$$n = \frac{101,8024}{1,2254}$$

$$n = 83$$

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Resultados de las encuestas aplicadas a los clientes de la fábrica de licor

Guambar de San Antonio de Ibarra.

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

Tabla 3 Atención al cliente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	83	100%
No	0	0
Total	83	100%

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

El cien por cien de los clientes consideran que es importante brindar una buena atención ya que con una buena atención que se brinde a los clientes, éstos serán satisfechos y no tendrán queja alguna.

2. ¿Cómo es el trato que le brindan los vendedores de la fábrica de licor Guambar?

Tabla 4 Trato de los vendedores

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Buena	53	63.9%
Regular	27	32.5%
Mala	3	3.6%

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

La mayoría de los clientes respondieron que el trato es bueno, pocos usuarios respondieron que es regular y un mínimo afirmaron que el trato que reciben es malo, es decir, con los resultados obtenidos es necesario mejorar la atención que se brinda a los clientes para lograr la satisfacción de los mismos.

3. ¿El tiempo de espera al recibir su producto es adecuado?

Tabla 5 Tiempo de espera

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	73.5%
No	22	26.5%
Total	83	100%

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

La mayoría de usuarios, consideraron que el tiempo de espera en recibir su producto es aceptable, mientras que el resto, no están satisfechos; esto confirma la importancia que tiene para los clientes y también para la Empresa el uso adecuado de tiempo.

4. ¿Sus demandas del producto han sido satisfactoriamente atendidos?

Tabla 6 Satisfacción del cliente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	50	60.25 %
Casi siempre	33	39.75%
Nunca	0	0%
Total	83	100%

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

La mayor parte de los usuarios, afirman que sus demandas del producto siempre han sido atendidas, pero también existen un número de usuarios insatisfechos, obligando a la empresa a revisar sus procedimientos.

5. ¿La atención que recibe del personal de ventas satisface sus necesidades?

Tabla 7 Atención del personal del ventas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	71	85,54%
No	12	14,46%
Total	83	100%

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

La mayor parte de los clientes encuestados afirman que la atención que reciben es ineficiente, y algunos, responden que no. Lo que refleja que es importante que la empresa cuente con un manual de atención al cliente, para mejorar este servicio.

6. ¿Con qué frecuencia usted compra el licor?

Tabla 8 Frecuencia de compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	19	22,9 %
Trimestral	23	27,71%
Mensual	37	44,58%
Anual	4	4,81%
Otro	0	0,%
Total	83	100%

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

Existen un número mayor de clientes, que realizan la compra del producto mensualmente, y en un número menor trimestral y semanal, con esta información es necesario que la empresa realice o elabore políticas de comercialización.

3.2. Análisis de las encuestas realizadas a los trabajadores de la fábrica de licor Guambar de San Antonio de Ibarra.

1. ¿Cree apropiado brindar una buena atención al cliente?

Tabla 9 Calidad de atención al cliente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	100 %
No	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores de la empresa Guambar
Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

Los resultados determinan que el total de los empleados encuestados consideran que es importante brindar una buena atención a los clientes, ya que se logrará obtener la confianza de los clientes y su satisfacción.

2. ¿Cree necesario la capacitación del personal en el tema de atención al cliente?

Tabla 10 Capacitación del personal en atención al cliente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	100%
No	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores de la empresa Guambar
Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

Los encuestados, consideran que la capacitación de todo el personal es fundamental en el desarrollo de una empresa de producción y comercialización, con cuidado prioritario en la atención al cliente.

3 ¿Conoce cuáles son los procedimientos a seguir para brindar buena atención a los clientes?

Tabla 11 Procedimientos para atención al cliente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	45%
No	6	55%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

De los trabajadores encuestados pocos afirman que conocen los procedimientos a seguir para brindar una buena atención a los clientes, en su mayor número no lo conocen, por lo tanto, es importante que todos los trabajadores conozcan los procedimientos a seguir para brindar una buena atención a los clientes.

4. ¿Sabe cuál es la utilidad que tiene un manual de procedimientos de atención al cliente y control de información?

Tabla 12 Utilidad de manual de procedimientos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	36%
No	7	64%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

.La mayor parte de los trabajadores manifiestan que no conocen las ventajas de contar con un manual de atención al cliente y control de información, esto significa que todos los que laboran en la empresa deben conocer cuál es su utilidad dentro de la empresa.

5. ¿Considera que la fábrica de licor Guambar debería implementar un manual de procedimientos de atención al cliente y control de información?

Tabla 13 Implementación de manual de procedimientos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	100%
No	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

Una vez explicado la utilidad que tiene un manual de procedimientos de atención al cliente y control de información, todos los trabajadores, afirman que la empresa debería contar con esta herramienta administrativa, como consecuencia se logrará mejorar la atención que brindan los trabajadores a los clientes.

6. ¿Con el manual de procedimientos de atención al cliente y control de información cree que existirá mejoras en la atención al cliente?

Tabla 14 Mejoras por implementación de manual de procedimientos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	100%
No	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

Los encuestados señalan que con la implementación de un manual de procedimientos y control de información de la empresa; con lo cual se brindaría una adecuada atención al cliente, se ampliaría el mercado para su producto y se incrementarían sus ventas.

7. ¿Con el manual de procedimientos de atención al cliente y control de información, se implementaría un seguimiento a sus clientes?

Tabla 15 Seguimiento de clientes

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	46%
No	3	27%
A veces	3	27%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores de la empresa Guambar
Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

El análisis refleja que con la implementación de un manual de atención al cliente y control de información, la empresa realizaría siempre un seguimiento a sus clientes, así existirán clientes satisfechos y fidelizados a la empresa.

8. ¿En base a la atención brindada considera que el cliente ha sido satisfecho?

Tabla 16 Atención con cortesía

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	8	73%
Casi siempre	3	27%
Nunca	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores de la empresa Guambar
Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

Los datos determinan que la mayor parte de las personas encuestadas, saben atender a los clientes con cortesía, por lo tanto, satisfacen a los clientes ofreciendo una buena atención y un producto de calidad, mientras que un número menor casi siempre, ya que ofrecen únicamente un producto de calidad.

9. ¿Ha existido quejas de los clientes porque el personal de ventas no haya brindado una buena atención?

Tabla 17 Quejas de clientes

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	36%
No	5	50%
A veces	2	18%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

Los resultados demuestran algunos trabajadores, conocen que si han existido quejas por mala atención a los clientes; la mayor parte de los empleados, han respondido que no saben de reclamos, y algunas personas responden que a veces se han enterado; por tanto, es importante mejorar la comunicación entre clientes y empresa para conocer sus inquietudes.

10. ¿Considera que las ventas han descendido por la mala atención a los clientes?

Tabla 18 Disminución de ventas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	73%
No	3	27%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores de la empresa Guambar

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

La mayor parte de los encuestados, consideran que las ventas si han descendido por una inadecuada atención al cliente; mientras que, algunas personas, creen que no es la razón para la reducción de las ventas, se puede determinar que existe un número bajo en ventas a causa de la mala atención que se brinda a los clientes, por lo tanto es necesario mejorar la atención al cliente

3.3. Entrevistas realizadas a trabajadores de la empresa Guambar.

Resultados:

Tabla 19 Respuestas de entrevistas realizadas a los trabajadores de la fábrica Guambar

Pregunta	Variable		Porcentaje	
	Si	No		
1.- ¿Al momento de contratar personal para ventas usted cuenta con el perfil profesional a elegir?	8	3	73%	27%
2.- ¿Cree usted que es importante brindar una buena atención a los clientes?	11	0	100%	0%
3.- ¿Cree usted que el personal debe estar constantemente capacitándose para brindar una buena atención a los clientes?	11	0	100%	0%
4.- ¿Han existido quejas por brindar mala atención a los clientes?	6	4	55%	36%
5.- ¿Considera que es importante contar con un manual de procedimientos de atención al cliente y control de información?	9	2	82%	18%

Fuente: Entrevista a trabajadores de la empresa Guambar
Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

Pregunta 1

La mayoría de los trabajadores entrevistados informaron que al momento de contratar personal para las ventas si cuentan con un perfil profesional a elegir, los empleados encargados de contratar personal dieron a conocer que los trabajadores elegidos deben ser responsables, fieles, sinceros, carismáticos, etc.

Pregunta 2

Los entrevistados respondieron que es importante brindar una buena atención a los clientes ya que así ellos lograrán satisfacción y se fidelizarán a la empresa. Por lo tanto es indispensable mejorar la atención al cliente para que no exista inconformidad por parte de los clientes, ni ventas caídas por causa de la mala atención.

Pregunta 3

Los trabajadores respondieron afirmativamente, ya que es importante capacitar al personal constantemente para brindar una buena atención al cliente.

Pregunta 4

La mayor parte de los entrevistados respondieron que si han podido observar ventas no realizadas por brindar una mala atención, mientras que pocos responden negativamente. Por esa razón es indispensable mejorar la atención al cliente.

Pregunta 5

La mayoría de los trabajadores consideran necesario la implementación de un manual de procedimientos y control de información para la fábrica de licor Guambar, por lo tanto es importante implementar esta herramienta para mejorar la atención al cliente.

3.4. Análisis de la ficha de observación

Tabla 20 Ficha de observación

INDICADORES	SÍ	NO	A VECES
La fábrica realiza capacitaciones de atención al cliente		X	
Cuenta con manual de procedimientos en atención al cliente		X	
La fábrica elige a personal capacitado	X		
Cuenta con una agenda para control de información		X	
Los trabajadores reciben cortésmente a los clientes			X
Los vendedores entregan los pedidos en el tiempo establecido			X
Los clientes quedan satisfechos ante el servicio brindado			X
Los clientes realizan alguna queja si sus necesidades no fueron atendidas		X	
OBSERVACIONES			

Fuente: Ficha de observación a la empresa Guambar
Elaborado por: Estefanía Montalvo

Interpretación:

La ficha de observación refleja que la mayor parte de los procesos de la empresa relacionados directamente con el proceso de atención al cliente, son inadecuados, por lo que afecta directamente a su desarrollo.

Esta forma de administración, se considera un obstáculo para que el personal esté adecuadamente capacitado y por ende desconozca el significado de Manual y Control. Los conocimientos de su personal están dirigidos únicamente a su área, cuando es fundamental que todos estén interiorizados con el trabajo de todos, que no existan trabajadores imprescindibles.

Así mismo, es urgente implantar un sistema de información adecuado con inventarios actualizados para poder atender las demandas. Las entregas de pedidos no pueden continuar fallando a los tiempos comprometidos.

La relación empresa-cliente puede mejorarse, si se le brinda más atención a los reclamos y sugerencias que presenten los usuarios. La existencia de un buzón de quejas y sugerencias manejado con criterio positivo es de gran ayuda para las operaciones empresariales.

En definitiva, hay mucho que hacer en beneficio de la Empresa; los empresarios o propietarios deben ampliar su razonamiento; es la mejor manera de hacer crecer una Empresa; existen actividades fundamentales, cuya falta de implementación podría considerarse como ahorro, pero que a corto plazo son las principales causas para que pueda crecer la empresa.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1. Título de la propuesta

Manual de procedimientos de atención al cliente y control de información para la fábrica de licor Guambar.

4.2. Justificación

Una buena atención al cliente mejorará el número de ventas en la fábrica de licor Guambar, ya que una empresa se diferencia por la calidad del producto y por la buena atención que se brinda, gracias a ello la fábrica contará con clientes fijos y será más competitiva en el mercado.

Un manual de atención al cliente permite que todos los trabajadores y más aun los que están involucrados con los clientes, conozcan las funciones que cada uno de los colaboradores deben cumplir y los procedimientos a seguir para lograr una buena atención al cliente.

Brindar una buena atención a los clientes es primordial, ya que a las personas les agrada acudir donde los trabajadores les escuchen, les ayuden y cumplan con sus requerimientos, así estarán satisfechos con el producto y servicio que reciben.

La fábrica de licor Guambar, carece de un manual de procedimientos y control de información, que es necesario para que el personal de la empresa mejore la atención al cliente.

La propuesta es importante que sea tomada en cuenta porque al implementar un manual de procedimientos y control de información, permitirá al personal aprender los conocimientos necesarios o mejorar la atención, para obtener clientes satisfechos.

4.3. Objetivos

4.3.1. Objetivo general

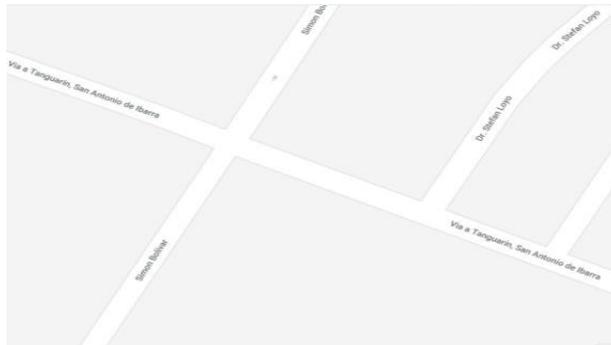
- Mejorar el desempeño empresarial; laboral y de atención al cliente, en la empresa Guambar con la implementación del manual de procedimientos y control de información.

4.3.2. Objetivos específicos

- Organizar las actividades de cada una de las personas, definiendo y asignando tareas y funciones específicas de trabajo a cada uno de ellos.
- Mejorar el trato a los clientes por parte del personal que labora en la empresa.
- Socializar sobre el manual de atención al cliente y control de información para directivos y empleados.

4.4. Ubicación sectorial

La presente propuesta se desarrolla en la fábrica de licor Guambar que se encuentra ubicada en la Provincia de Imbabura, Parroquia San Antonio de Ibarra, calle Simón Bolívar 9-94 y Ezequiel Rivadeneira.



Fuente: Estefanía Elizabeth Montalvo
Fuente: Internet

4.5. Desarrollo de la propuesta



**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y
CONTROL DE INFORMACIÓN PARA LA FÁBRICA DE LICOR
GUAMBAR.**



AUTORA:

Estefanía Elizabeth Montalvo Cisneros

IBARRA, 2018

UTILIDADES DEL MANUAL

- Describe las actividades, procedimientos y requisitos que deben cumplir los trabajadores, funcionarios y directivos para lograr un trabajo eficiente, midiendo además el grado de compromiso y participación que las diferentes personas tienen con la compañía.
- Permite conocer el funcionamiento interno del negocio, como el detalle de tareas, requerimientos y las personas responsables de la ejecución.
- Impulsa la eficiencia de los empleados, porque exterioriza lo que deben o no hacer y el cómo hacerlo.
- Coordina actividades evitando la duplicidad de funciones.
- Conocimiento cabal del área de trabajo que cada persona debe cumplir.
- Permite mejorar la forma como el cliente es tratado para evitar su alejamiento.

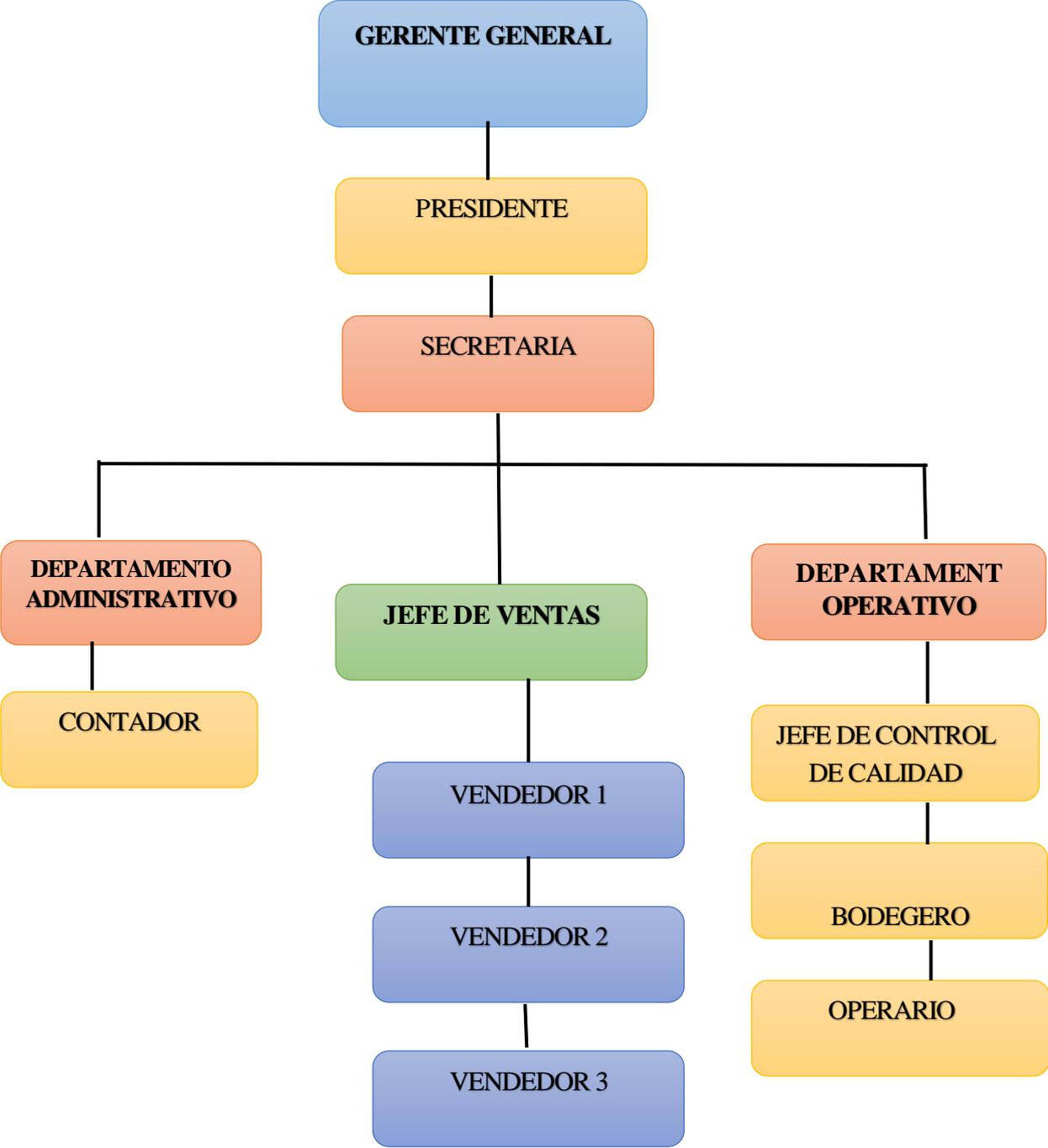
Todo lo referente al manual antes mencionado está por escrito de forma clara y precisa, para ser presentado y distribuido a los integrantes del equipo de colaboradores para su conocimiento. Además, puede ser modificable acorde a las necesidades de la empresa. El manual sirve de ayuda para el desarrollo empresarial ya que origina: un mejor control administrativo, es una guía para las acciones que el personal ejecuta, ya que, al estar reglamentados los procesos, las acciones que ellos realicen deben ceñirse a lo que permita los márgenes de operación establecidos; para que se integren en el menor tiempo posible a las funciones señaladas con anterioridad; para conseguir que los objetivos propuestos se cumplan a cabalidad.

ÁREA DE APLICACIÓN

Este manual será socializado con todo el personal de la fábrica Guambar para que conozcan los procedimientos a seguir para brindar una buena atención a los clientes y lograr la satisfacción de cada uno de ellos. El manual debe estar al alcance de todo el personal, en el momento que requieran de la información, para ser puesta en práctica en el ámbito laboral.

Los procedimientos que en el Manual se detallan, serán de cumplimiento obligatorio para, empleados, funcionarios y trabajadores que laboran en la Empresa, con el fin de lograr los resultados esperados.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA FÁBRICA GUAMBAR



Fuente: propuesta organigrama estructural de la fábrica Guambar
Elaborado: Estefanía Montalvo

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL PERSONAL QUE LABORA EN LA
FÁBRICA DE LICOR GUAMBAR

GERENTE

Perfil: El gerente es la persona encargada del control administrativo de la empresa, es decir tiene la responsabilidad de: planificar, organizar, ejecutar dirigir y controlar todas las actividades para dar cumplimiento a la filosofía empresarial.

El gerente debe reunir las siguientes características:

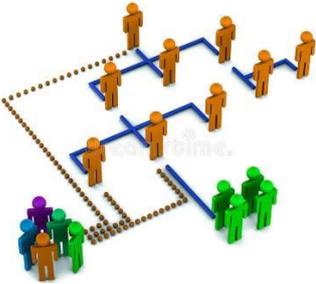
- Proactivo
- Responsable
- Puntual
- Visionario
- Motivador
- Líder
- Comunicativo
- Participativo



Características del gerente
Elaborado: Estefanía Montalvo

Es la persona encargada de dirigir la empresa, es quien tiene la responsabilidad de velar por el cumplimiento de las funciones que deben acatar los trabajadores, para lograr que la empresa desarrolle sus actividades de manera eficaz.

Funciones del gerente

<p>Planificación</p>  <p>Proceso de planificación Elaborado: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none">• El gerente es el encargado de analizar y establecer objetivos a corto, mediano y largo que vayan en beneficio de la empresa y sus colaboradores.
<p>Organización</p>  <p>Proceso de organización Elaborado: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none">• Mediante una buena organización, se logrará cumplir con las metas propuestas. El gerente tiene la obligación de: organizar las actividades que los trabajadores tienen el deber de realizar:• Seleccionar a personal capacitado para el área necesaria.• Determinar funciones a cada trabajador.• Prever los recursos materiales necesarios.• Identificar falencias en los distintos departamentos.• Organizar capacitaciones constantes al personal.
<p>Ejecución</p>  <p>Proceso de ejecución Elaborado: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none">• El gerente general es el encargado de cumplir• y hacer cumplir al equipo de trabajo la planificación.

<p>Dirección</p>  <p>Proceso de Dirección Elaborado: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El gerente tiene la responsabilidad de direccionar positivamente a los trabajadores para que exista un buen desempeño en las funciones laborales de cada uno de los ellos, para que los objetivos deseados se cumplan, esto se logra creando un buen ambiente laboral y aprovechando las aptitudes y cualidades de sus colaboradores. • Para ello es necesario: <ul style="list-style-type: none"> • Dar motivación, incentivos, guiar y liderar a los trabajadores • Tomar decisiones acertadas. • Orientar las actividades de forma positiva.
<p>Control</p>  <p>Proceso de control Elaborado: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante el control, el gerente identifica y corrige los procesos mal ejecutados, le permite de inmediato reducir impactos negativos a corto plazo y realizar un análisis periódico de producción y ventas de la fábrica.
<p>Evaluación de resultados</p>  <p>Proceso de evaluación de resultados Elaborado: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En este procedimiento se identifica si se dio o no cumplimiento a los objetivos propuestos y la razón por las que no pudieron ser cumplidas para realizar correctamente nuevamente con el proceso.

Elaborado por: Estefanía Montalvo

PERSONAL ADMINISTRATIVO

El personal administrativo es el encargado de la administración de una empresa, se encarga de organizar, disponer, tomar decisiones sobre las actividades que se encuentren bajo su responsabilidad.



Personal administrativo
Elaborado: Estefanía Montalvo

Este grupo de trabajadores son aliados del gerente, contribuyen al logro de los objetivos empresariales a través de la ejecución de tareas asignadas, por el mando medio, así también hacen cumplir las actividades al personal operativo.

Dentro del personal administrativo se encuentra:

- Secretaria
- Contador

Funciones de la secretaria

La secretaria es la persona encargada del trabajo administrativo de la oficina, es la persona que tiene conocimiento sobre toda la empresa y la que tiene afinidad de responsabilidad dentro de ella.



Secretaria
Elaborado: Estefanía Montalvo

Funciones de la secretaria

Cargo	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> • Secretaria  <p>Secretaria laborando Elaborado: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de documentos. • Atención al cliente. • Recepción de llamadas telefónicas. • Manejo de agenda. • Organizar reuniones. • Realizar el archivo de la documentación. • Tramitación de documentos. • Gestión de tiempo. • Gestión de actividades empresariales. • Redactar documentos. • <input type="checkbox"/> Manejo de caja chica.

Elaborado por: Estefanía Montalvo

Funciones del Contador

Es la persona encargada de registrar el manejo adecuado de los recursos económicos de la empresa, vela por el cumplimiento de las obligaciones empresariales con las instituciones y organismos de control estatal.



Funciones del contador
Elaborado: Estefanía Montalvo

Funciones del contador

Cargo	Funciones
<p>Contador</p>  <p>Contador Elaborado: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Administrar de una forma eficaz los recursos financieros de la empresa. • <input type="checkbox"/> Verificar si las facturas están correctamente realizadas. • <input type="checkbox"/> Realizar liquidaciones, finiquitos e indemnizaciones. • Realizar pago a los trabajadores. • Aplicar las retenciones requeridas. • Realizar la declaración de impuestos. • Manejo de sistemas web de todas las instituciones reguladoras del Estado, manteniendo la información actualizada y cumpliendo con las obligaciones del caso para evitar sanciones.

Elaborado por: Estefanía Montalvo

PERSONAL OPERATIVO

El personal operativo es el encargado de producir, seleccionar, reprocesar, dirigir y distribuir el producto fabricado.

El personal operativo es un elemento fundamental en la empresa, es quien se encarga de la producción, sin ellos los productos finales no sería posible obtenerlos.



Personal operativo
Elaborado: Estefanía Montalvo

Funciones de los operarios

Cargo	Funciones
<p>Operario</p>  <p>Operarios Fuente: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none">• Almacenar la materia prima. Procesar la materia prima.• Verificar los procesos de producción. Embazar el producto final.• Controlar el proceso productivo. Almacenar el producto final. Verificar fechas de caducidad. Control de inventarios.

Elaborado por: Estefanía Montalvo

JEFE DE CONTROL DE CALIDAD

Es la persona encargada de verificar que los productos elaborados sean de buena calidad, para ofrecer al consumidor, y detectar cualquier inconsistencia en el mismo para evitar su distribución.

Cargo	Funciones
<p>Jefe de control de calidad</p>  <p>Jefe de control de calidad Elaborado: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none">• Conocer los procesos a seguir para la fabricación del producto.• Capacitar al personal.• Realizar un control de calidad a todos los productos que se elaboran.• Verificar que los ingredientes tengan los permisos necesarios.• Dirigir al personal que fabrica el producto.• Evaluar y motivar al personal encargado de producir.• Verificar que las actividades realizadas se cumplen con éxito.• <input type="checkbox"/> Cumplir con la planificación mensual.

Elaborado por: Estefanía Montalvo

BODEGUERO

Es la persona encargada de almacenar, conservar los materiales que existe en la empresa y productos que existen en la bodega llevando un control adecuado mediante un inventario de materiales y productos elaborados en la fábrica verificando sus fechas de caducidad.



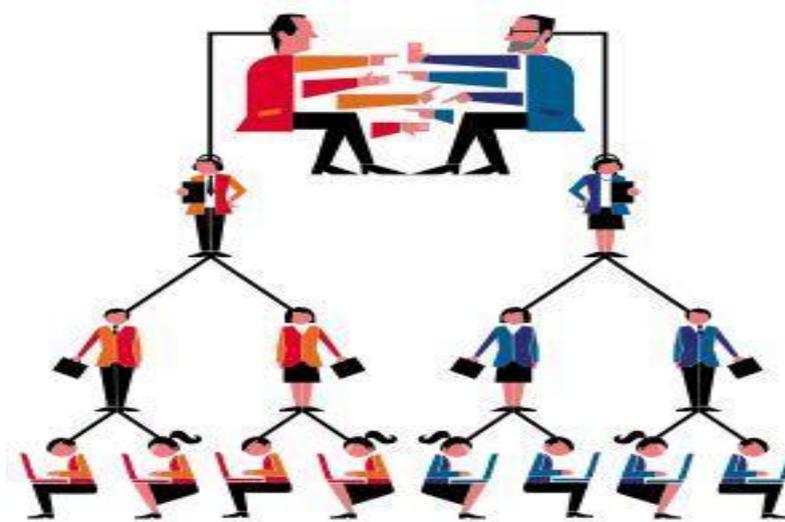
Bodeguero
Elaborado: Estefanía Montalvo

Cargo	Funciones
<p>Bodeguero</p>  <p>Bodeguero laborando Elaborado: Estefanía Montalvo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Archivar los datos de los pedidos diarios. • Conocer el orden que existe en la bodega. • Mantener una bodega limpia y libre de plagas. • Verificar el número de salida de los productos. • Verificar el número de entrada de materia prima. • Tener contabilizados los productos que existe en bodega. • Comunicar al jefe de control de calidad cualquier problema existente, para buscar solución. • Enviar los reportes de bodega diariamente al jefe de control de calidad. • Verificar que la bodega cumpla con las instalaciones adecuadas. • Realizar un adecuado control de inventarios.

Elaborado por: Estefanía Montalvo

PERSONAL DE VENTAS

Son las personas encargadas de vender los productos fabricados en la empresa, cumpliendo las metas mensuales establecidas.



Proceso de ventas
Elaborado: Estefanía Montalvo

El personal de ventas es el encargado de contactar directamente al cliente, por ello reúnen características especiales para que puedan pactar la venta de manera óptima, estas son:

- Proactivos
- Prospectivos
- Calidad humana
- Facilidad de palabra
- Inteligencia intrapersonal
- Don de gente
- Comunicativo

VENEDORES

Son los trabajadores que tienen la obligación de vender los productos y satisfacer las necesidades de los clientes.



Vendedor y cliente saludando
Elaborado: Estefanía Montalvo

Cargo	Funciones
<p>Vendedores</p>  <p>Fuente: Internet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contactar a nuevos clientes. • Conocer sobre los productos o servicios que ofrece la empresa. • Brindar una atención especializada a los clientes. • Atender a las inquietudes. • Solucionar desacuerdos o quejas de los clientes. • Satisfacer a los clientes. • <input type="checkbox"/> Evaluar la competencia.

Elaborado por: Estefanía Montalvo

DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y CONTROL DE INFORMACIÓN

ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL MOMENTO QUE INGRESA A LA FÁBRICA



1. Entrada del cliente

En el momento que ingresa un cliente a la fábrica, la persona encargada de la atención debe realizar con prontitud, evitando que el cliente espere demasiado y genere alguna molestia.

El lugar de atención debe ser un espacio adecuado, es decir, tiene que estar limpio, ordenado, y con luz adecuada para lograr satisfacción del cliente.

El trabajador tiene la obligación de llevar la vestimenta adecuada a su lugar de trabajo, haciendo uso del uniforme habitual. Estos lineamientos son necesarios para brindar una buena primera impresión hacia el cliente o nuevo cliente.

2. Saludo

El trabajador debe brindar un saludo cálido y mostrar gran interés hacia el cliente.

Realizando preguntas como: Buenos días, Dígame en que le puedo ayudar? O Buenos días, ¿Cómo está?, ¿En qué le podemos servir?

En el momento de saludar se debe siempre mostrar una sonrisa.



Saludo

Elaborado: Estefanía Montalvo

3. Acercamiento

Para lograr un acercamiento exitoso se debe generar confianza y para ello es necesario:

- Escuchar atentamente.
- No interrumpir.
- Mostrar una sonrisa.
- Mostrar interés.
- Mirar a los ojos.
- Mostrar una buena actitud.
- Mostrar interés hacia lo requerido.

La finalidad del acercamiento es conocer sus necesidades del cliente para saber lo que necesita realizando preguntas como por ejemplo: ¿Para qué tipo de evento necesita el producto? O ¿Cuántas personas va a asistir a su evento?, etc.

4. Negociación

La negociación es el proceso en el cual convence al cliente para generar la venta o negociación. Para lograr una negociación exitosa es necesario:



Proceso de saludo
Elaborado: Estefanía Montalvo

- Brindar confianza al cliente.
- Convencer al cliente sobre los productos o servicios.
- Utilizar un tono de voz adecuado.
- Actitud corporal adecuada.
- Tomar notas, si es necesario.
- Mostrar naturalidad.
- Mostrar seguridad

5. VENTA

Es un acuerdo existente entre el cliente y el vendedor, se procede a realizar la venta con la finalidad de que el cliente quede satisfecho y la fábrica obtenga una ganancia económica.



Proceso de cierre de venta
Elaborado: Estefanía Montalvo

6. Despedida

El trabajador debe despedir al cliente, con alegría y manifestado su pronto regreso.



Proceso de despedida
Elaborado: Estefanía Montalvo

7. Seguimiento

Realizar seguimiento periódico hacia los clientes, para conocer su grado de satisfacción sobre el producto comprado y comprobar que el producto posee todas aquellas características que fueron prometidas en el momento de la adquisición.

Para ello se debe realizar:

- Seguimientos a los clientes periódicamente.
- Llamadas telefónicas hacia el cliente para comprobar si necesita algún producto o servicio.
- Estar pendientes de los clientes, para fidelizarlos y así evitar que acudan a empresas que ofrezcan productos o servicios similares.



Proceso de despedida

Elaborado: Estefanía Montalvo

ATENCIÓN AL CLIENTE EN LLAMADA TELEFÓNICA



1. Contestar el teléfono

Brindar un saludo de bienvenida siendo cordial y atento.

2. Conocer sus necesidades o dudas

Entablar una conversación agradable, conociendo las necesidades del cliente y ofreciendo una respuesta positiva hacia sus requerimientos.

Para ello es necesario:

- Hablar claro y sencill
- Usar un tono de voz c
- Mostrar interés.
- Mostrar simpatía.
- Ser cordial.



Llamada telefónica
Elaborado: Estefanía Montalvo

3. Negociación

En el proceso de negociación se debe convencer al cliente de adquirir los productos o servicios ofrecidos y estar dispuesto a cumplir todos los requerimientos que solicitan los clientes.

Para ellos se debe:

- Brindar confianza hacia el cliente.
- Convencer al cliente sobre los productos o servicios.
- Utilizar un tono de voz adecuado.
- Actitud corporal adecuada.
- Tomar notas, si es necesario.
- Mostrar naturalidad.
- Mostrar seguridad.

4. Cierre de la venta

Es el momento que el comprador desea adquirir el producto, y se realiza la venta. Al

momento de vender el producto se debe:

- Mostrar gratitud hacia el cliente.

5. Despedida

Brindar una despedida cordial y cálida.

6. Servicio de postventa

El trabajador tiene la obligación de comprobar mediante un medio de comunicación, si el cliente está satisfecho o si tiene algún requerimiento, duda, o queja. El vendedor debe:

- Comprobar si el producto llegó en buen estado al destinatario.
- Conocer su grado de satisfacción sobre el producto y servicio brindado.
- Comprobar que han cumplido los plazos de entrega.

ATENCIÓN AL CLIENTE HACIENDO CONOCER EL PRODUCTO O SERVICIO



1. Lugar

Buscar el lugar adecuado para realizar las degustaciones a futuros clientes.

2. Saludo

Captar al cliente, mostrar un acercamiento y brindar un saludo cordial.

3. Demostrar el producto

Dar a conocer información clara y directa sobre el producto.

4. Degustación

Hacer degustaciones de todos los productos que ofrece la empresa, tratando de convencer al cliente, con palabras adecuadas, y sobre todo generar la confianza del cliente.

5. Captación del cliente

Brindar la publicidad necesaria al cliente para que en cualquier momento se ponga en contacto con la empresa y adquiera los productos.

6. Despedida: Despedir al cliente atentamente, mostrando gran satisfacción.



Demostración del producto
Elaborado: Estefanía Montalvo

ATENCIÓN AL CLIENTE AL ESCRIBIR CORREOS O MENSAJES ELECTRÓNICOS



1. Saludo

Brindar un saludo cordial y atento.

2. Información

Adjuntar la información más importante, dando a conocer los productos, los precios, ofertas y servicios.

3. Despedida

Brindar una despedida cordial y atenta.

4. Respuesta

- **Si se obtiene una respuesta del cliente.**

Contestar los mensajes o correos electrónicos rápidamente y brindar la información que solicita el cliente.

- **Si el cliente no contesta el correo electrónico**

Se debe llamar al cliente, para preguntar si recibió el correo electrónico, sin dejar pasar lo que el cliente requiere.

5. Comunicarse con el cliente

Se debe comunicarse mediante llamada telefónica para verificar cualquier duda o requerimiento que el cliente solicite.



Proceso de mensajería
Elaborado: Estefanía Montalvo

ATENCIÓN AL CLIENTE EN EVENTOS CULTURALES O FERIAS



1. Saludo

Brindar un saludo cálido y cordial.

2. Presentación de productos

Para que los futuros clientes conozcan el producto se debe: presentar varias opciones de los productos, mediante degustaciones, demostraciones del producto, testimonios y ayuda visuales.

3. Negociación

Para ello es necesario:

Se debe convencer al cliente con el objetivo de que adquiera los productos o servicios que se ofrecen.

- Brindar confianza hacia el cliente.
- Convencer al cliente sobre los productos o servicios.
- Utilizar un tono de voz adecuado.
- Actitud corporal adecuada.
- Tomar notas, si es necesario.
- Mostrar naturalidad.



Venta en feria cultura
Elaborado: Estefanía Montalvo

4. Venta

Se confirma la venta si el cliente adquiere el producto o servicio.

5. Registro de cliente

Se debe solicitar los datos para ponerse en contacto en el futuro y ofrecer los productos o servicios con los que cuenta la fábrica.

6. Despedida

Se debe brindar una despedida cordial y mostrar gran satisfacción.



Proceso de despedida
Elaborado: Estefanía Montalvo

ATENCIÓN AL CLIENTE EN ENTREGA DE PEDIDOS



Para obtener la satisfacción de un cliente de debe entregar los pedidos en el tiempo que se establece, para evitar molestias del cliente.

Para ellos es necesario:

1. Atención al cliente

Para lograr una buena atención al cliente debe existir en la empresa una persona que sea únicamente encargada para atención al cliente o quien sea el/ la encargada del buzón de sugerencias, comprometiéndose a solucionar cualquier problema que el cliente manifieste brindando su pronta ayuda y dando a conocer al personal interno las mejoras que propone para no volver a cometer el mismo error, ayudando a que la fábrica sea más competitiva en el mercado.

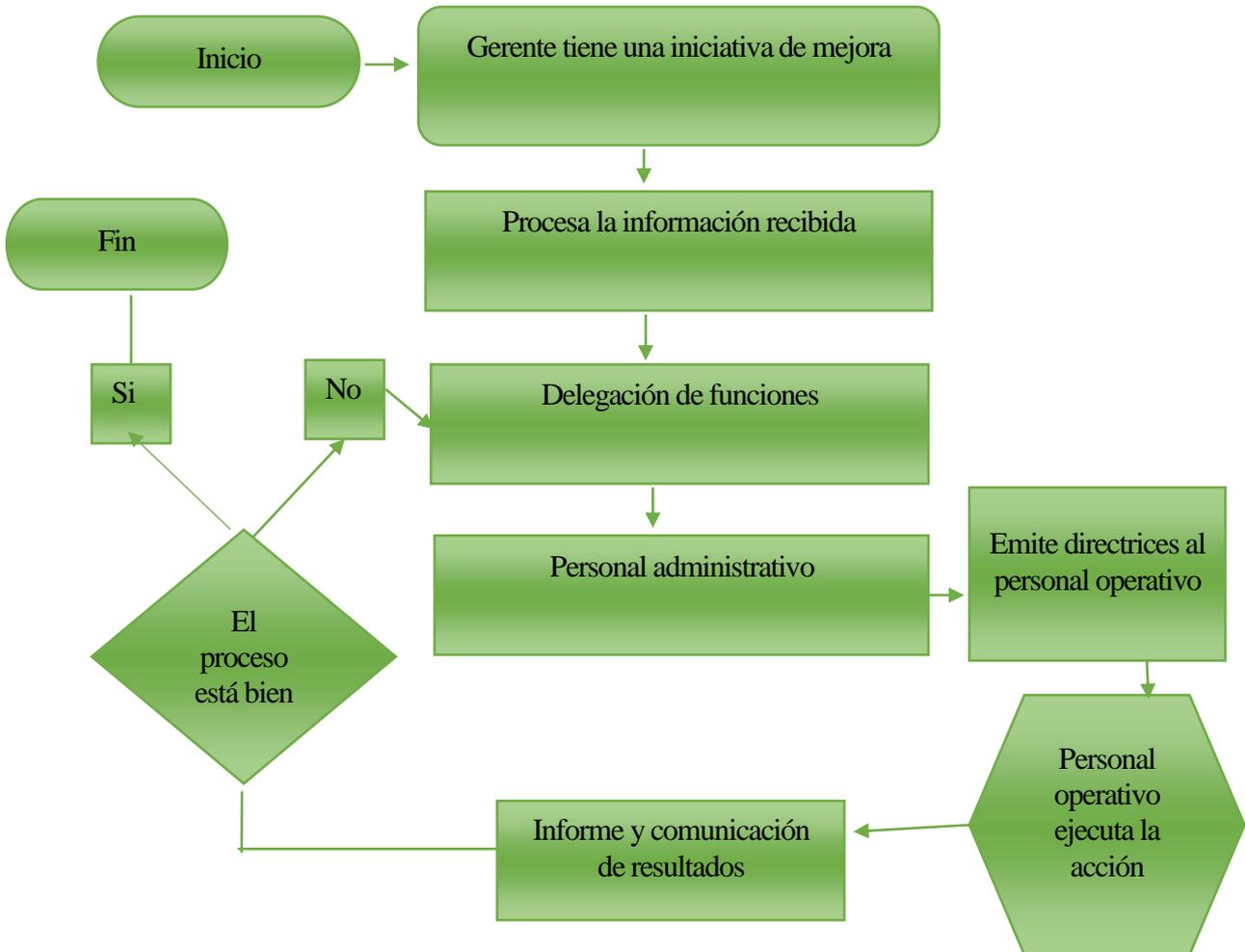
2. Verificar si el producto llega en el tiempo establecido

Realizar un seguimiento diarios de todos los pedidos planificados de entrega, mediante un registro de los pedidos y los clientes que solicitan el producto.

Es importante conocer:

- El cliente siempre tiene la razón
- Hay que saber tratar a todos los tipos de clientes que existen (clientes difíciles, clientes tímidos, clientes extrovertidos, clientes problemáticos...etc.).
- Se debe ser siempre cordial y atento con los clientes.
- Se debe mostrar interés en todo momento hacia los clientes.
- Se debe entregar los productos en el tiempo establecido.
- Se debe hacer seguimientos a los clientes.
- Se debe cumplir con lo que se ofrece a los clientes.

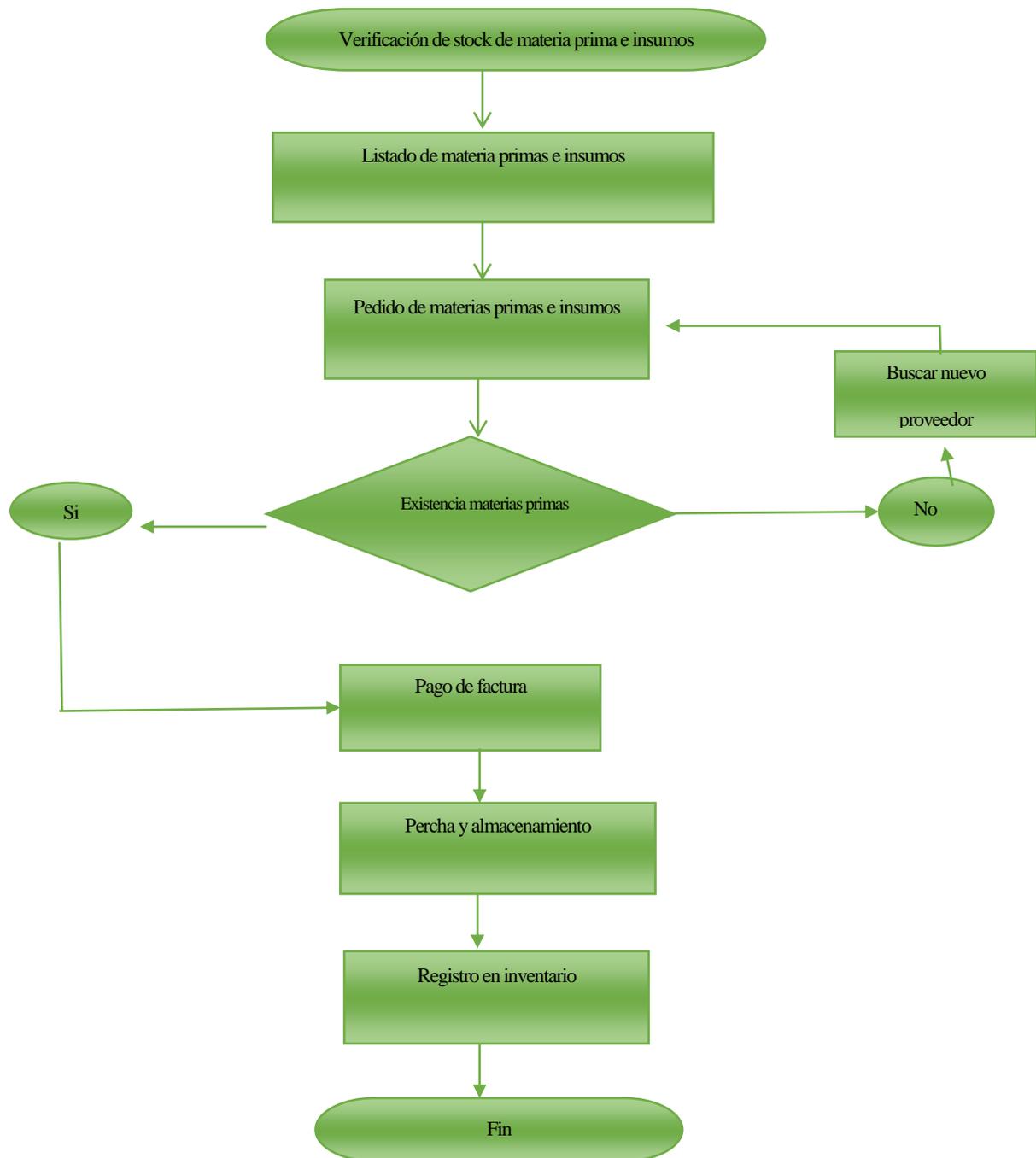
CONTROL DE LA INFORMACIÓN DE LA GERENCIA



Fuente: Control de información de la gerencia
Elaborado por: Estefanía Montalvo

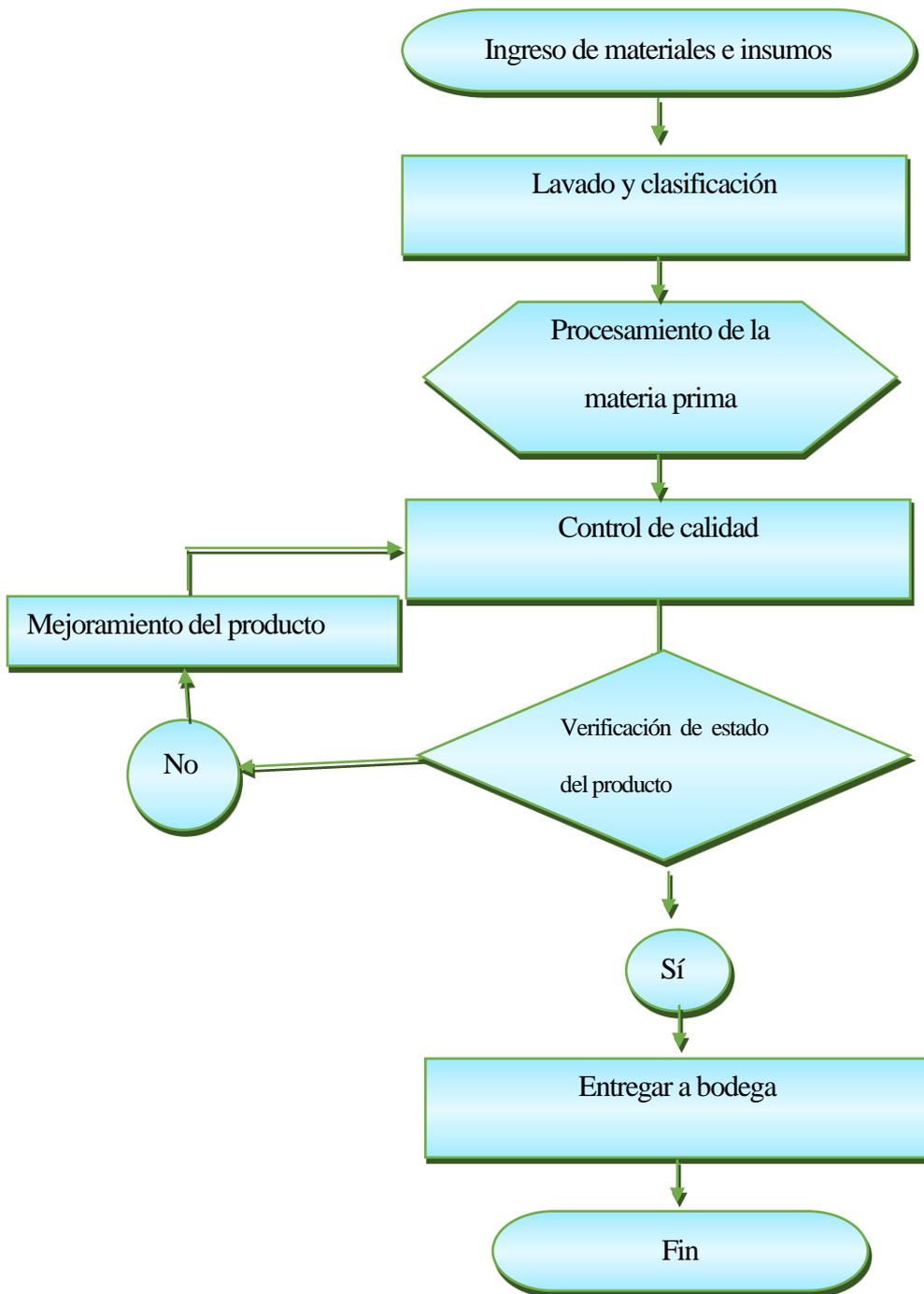
El gerente es el encargado de la toma de decisiones y ejecución de actividades con el fin de cumplir con los objetivos organizaciones, para ello la delegación de funciones de forma vertical es una alternativa que contribuye a agilizar los procesos y evaluar el eficaz desarrollo.

PROCESO PARA ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA

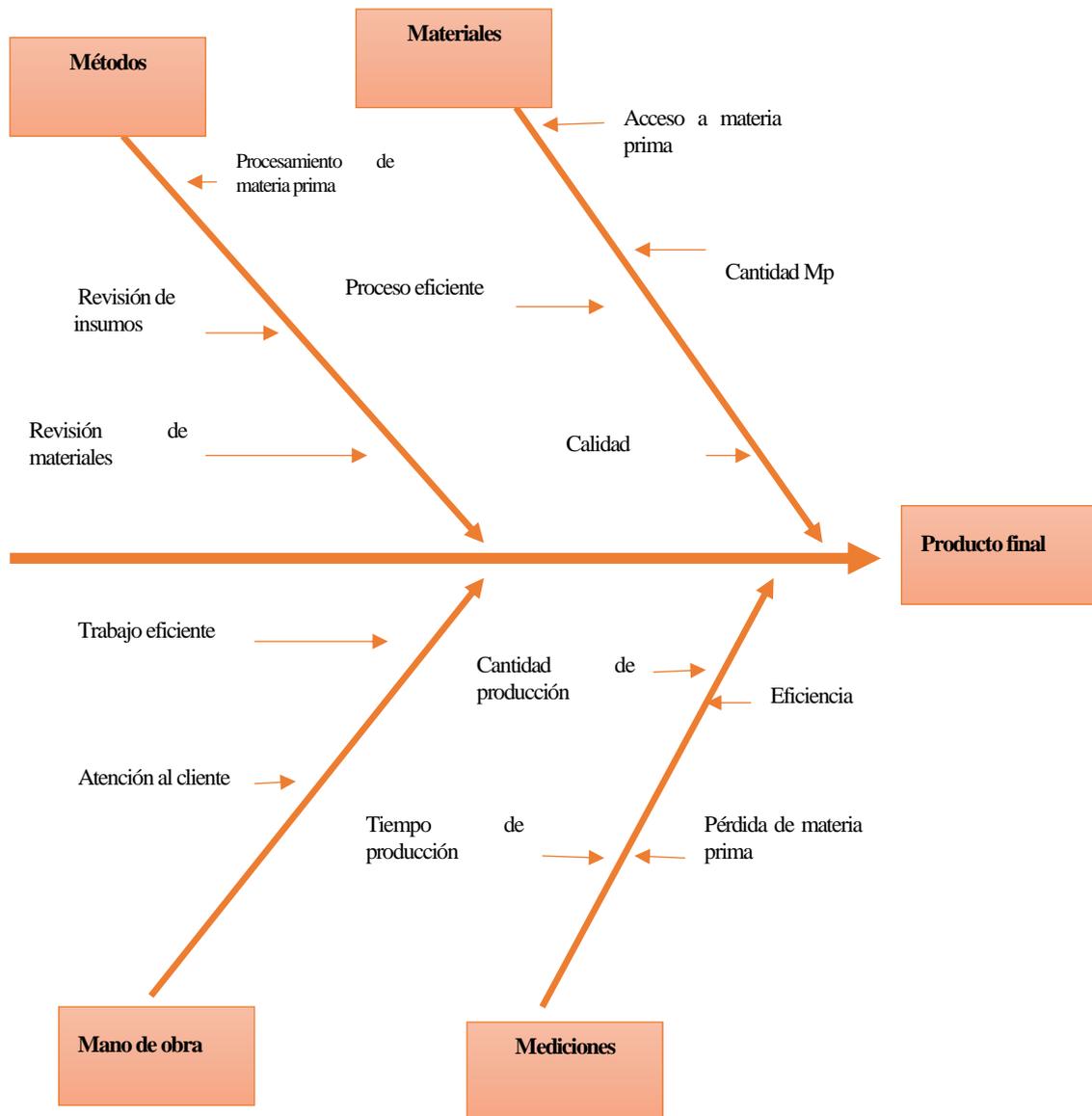


Fuente: Adquisición de materia prima e insumos
Elaborado por: Estefanía Montalvo

PROCESO PARA PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO

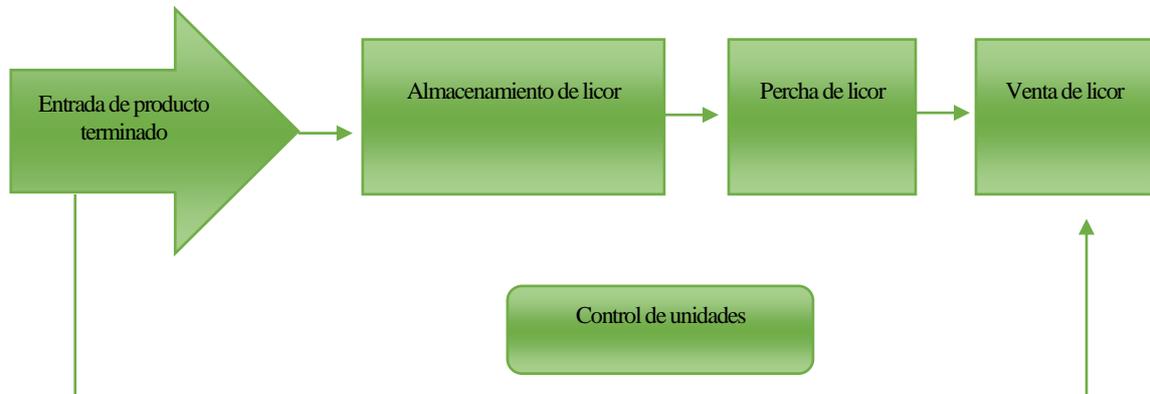


Fuente: Proceso de revisión de calidad
Elaborado por: Estefanía Montalvo



Fuente: Revisión de calidad
Elaborado por: Estefanía Montalvo

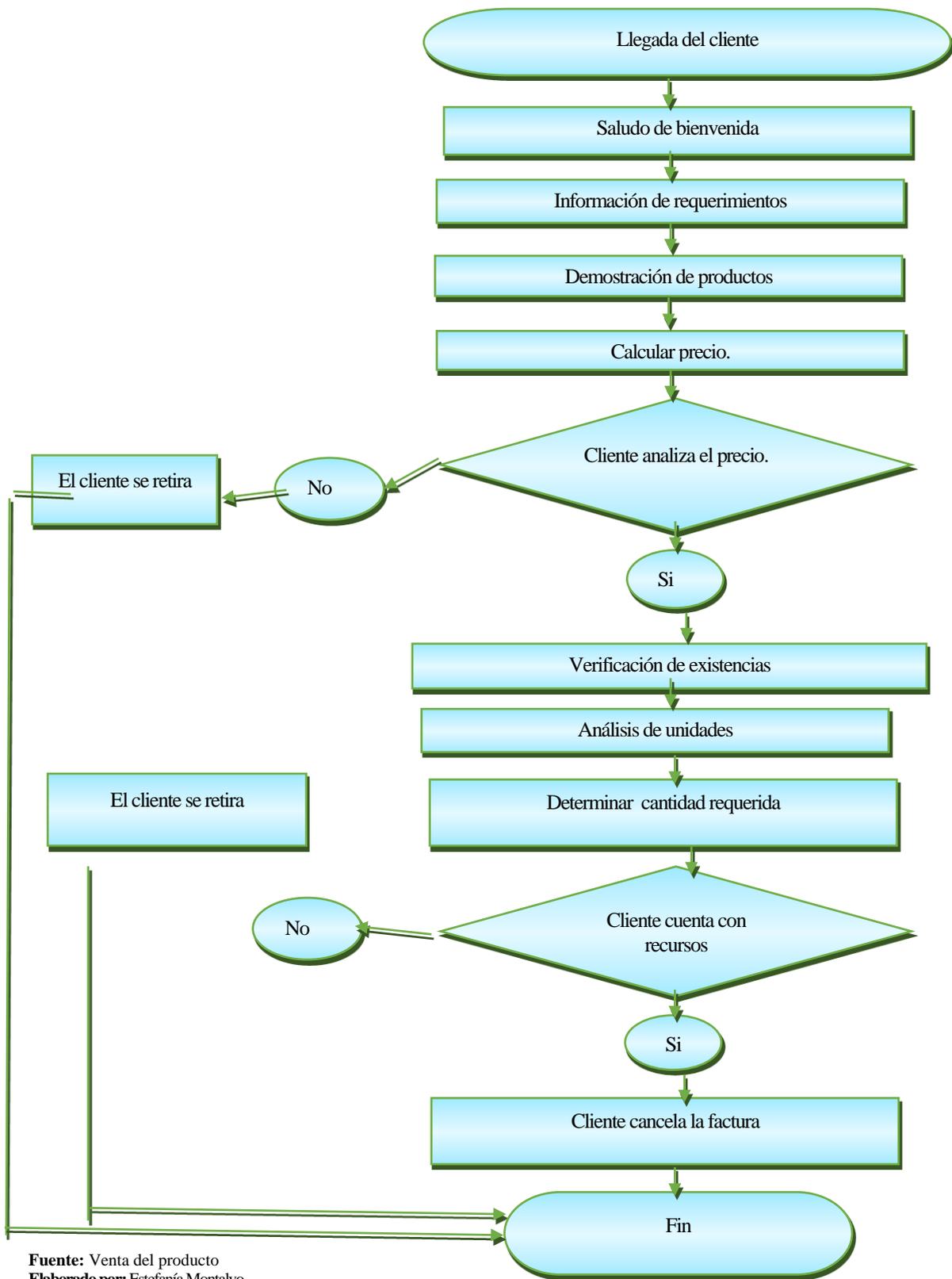
PROCESO DE CONTROL DE UNIDADES



Fuente: Control de cantidad

Elaborado por: Estefanía Montalvo

PROCESO DE VENTA DEL PRODUCTO



Fuente: Venta del producto
Elaborado por: Estefanía Montalvo

4.6. Conclusiones

- De acuerdo a la investigación realizada se detectó un problema en cuanto a la atención al cliente, es decir, existen ciertas falencias en lo referente a la atención que se brinda por parte de los trabajadores de la fábrica para obtener clientes satisfechos.
- Se pudo determinar que no existe verificación en las actividades realizadas por cada trabajador y departamento.
- Ciertos documentos indispensables para la legalidad de la mercadería se encuentran en trámite lo que bloquea el despacho de una variedad de productos que ya tienen acogida en el mercado.
- Con la investigación se pudo detectar que no existe la publicidad necesaria en los medios de comunicación para incrementar el número de clientes, y las ganancias económicas.
- No existe un control adecuado del flujo de caja de forma periódica.

4.7. Recomendaciones

- Se recomienda una continua y adecuada capacitación a todo el personal que labora en la fábrica de licor Guambar sobre atención al cliente.
- Socializar el manual dando a conocer las funciones que debe cumplir cada trabajador.
- Si no se tienen al día los requisitos, que, para el funcionamiento de la empresa la Ley exige, corregir este contratiempo a fin de evitar sanciones y multas.
- Fijar plazos y fechas para alcanzar las metas deseadas.
- Revisar periódicamente el flujo de caja.

4.8. Impactos

Los cambios que se esperan realizar con la implementación del manual de atención al cliente y control de información son:

En lo económico, al aplicar este manual de atención al cliente y control de información, los trabajadores de la empresa poseerán el conocimiento necesario para lograr la satisfacción del cliente esto genera de inmediato un aumento en las ventas y por ende un aumento en los ingresos económicos, podrá generar más puestos de trabajo, y con esto aportara de cierta forma en el cumplimiento de misión y visión de la empresa.

En lo social, los trabajadores mejorarán la atención que brindan a los clientes, y ellos obtendrán como resultado la satisfacción de sus necesidades. Se convertirá en una empresa modelo en el mercado ya que tendrán buenas referencias de clientes satisfechos y se convertirá en una empresa competitiva en el mercado.

En lo ético, es un impacto positivo, ya que mediante la implementación del manual de atención al cliente y control de información, los trabajadores conocerán los procesos correctos a seguir jugando un papel fundamental en la relación comercial con los clientes debido a que si se muestra un comportamiento adecuado, generando al cliente seguridad y favoreciendo negociación.

En el campo educativo, ya que al personal de la empresa le permitirá alimentar o reforzar sus conocimientos para cumplir sus actividades con las labores que el puesto lo requiere. Ellos aprenderán conocimientos nuevos y necesarios para ser aplicables a empresa.

GLOSARIO

- Beneficios: Fruto o ganancia derivada de una inversión.
- Beneficiario: Persona a la cual se emite o transfiere un bien, (generalmente un título valor).
- Calidad: La conformidad de un producto o servicio con un estándar previamente especificado.
- Capacidad: Nivel al cual se puede operar una planta, equipo o vehículo, departamento o bien.
- Capacidad práctica: El máximo nivel al que puede operar con eficiencia una planta, equipo o departamento, teniendo en cuenta el tiempo para cubrir cualquier eventualidad que se pueda presentar (mantenimiento, paros por diferentes factores, otros).
- Capital: Es la suma de todos los recursos, bienes y valores movilizados para la constitución y desarrollo de una empresa.
- Comercialización: Venta de bienes sin que estos cambien su forma básica.
- Compras: Adquisición de bienes tangibles (mercaderías) o intangibles (servicios o derechos de patentes o marcas) entregando dinero u otro bien o servicio a cambio.
- Control: Acción que se propone en práctica para lograr los objetivos y metas propuestos en la planeación. Evaluación del desempeño que brinda retroalimentación de los resultados.
- Coordinación: Es la sincronización de las labores individuales en el trabajo eficaz de cada división de una nueva entidad hacia los objetivos comunes, teniendo en cuenta todas las otras divisiones basados en una unidad
- Empresa: Organización o persona jurídica que desarrolla actividades económicas o comerciales.
- Metas: Objetivos generales enfocados más claramente al detallar explícitamente el lapso de tiempo para alcanzarlos.
- Objetivos: Representan el punto básico de la toma de decisiones durante el proceso de planeación. Los objetivos de una entidad son Generales y a Largo Plazo.
- Organización: Ente económico o empresa. Función administrativa que consiste en
- desarrollar una estructura de tareas a realizar para lograr objetivos y metas e identificar las tareas

estructurales con individuos específicos (cargos) mediante la asignación de la autoridad y responsabilidad.

- Planeación: Función administrativa que se ha definido como el diseño de un estado futuro deseado para una entidad y de las maneras eficaces de alcanzarlo.
- Proyecto: Trabajo complejo que necesita de la colaboración de muchos departamentos: técnico, divisiones o subcontratistas diferentes (equipo de trabajo) y que con frecuencia requiere que transcurra meses o años para completarse.
- Seguimiento: fundamento presupuestal basado en la acción de mantener un control constante en el logro de las metas.
- Utilidad: Valor que tiene un resultado específico por la toma de decisiones particulares.
- Cautivar: Aprisionar, privar de libertad.
- Susceptible: Capaz de recibir el efecto o acción que se indica.
- Bagaje: Conjunto de conocimientos o noticias de que dispone una persona.
- Divagación: Desviación del asunto del que se está hablando.
- Engranar: Encajar los dientes de una rueda.

Bibliografía

- Alzamora, J. S. (2010). *INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ÀRA LA TESIS DE POSTGRADO*. UNITED STATES: LULU Internacional.
- Arenal, C. (2018). *Técnicas de información y atención al cliente/consumidor/ usuario*. La Rioja: Tutor Formación.
- Blanco García, M., & Lobato Gómez, F. (2013). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. MacMillan.
- Carmen de Pablos Hereder, J. J.-R. (2011). *Organización y transformación de los sistemas de información de la empresa*. Madrid: ESIC.
- Casermeiro, M. J. (2014). Gestión de la atención al cliente/consumidor. En M. J. Casermeiro, *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. IC.
- Código del trabajo. (2015). *Ediciones legales*. Obtenido de Ediciones legales: <https://drive.google.com/file/d/0B048WkRgr8JQZVBvNmUzWUxTeTQ/view>
- Cruz, L. P. (2014). *Sociología*. México: PATRIA.
- Díaz, A. (2010). *El arte de dirigir proyectos*. México: RA-MA.
- Eslava, J. d. (2013). *La gestión del control de la empresa*. Madrid: ESIC.
- Fernández Verde, D., & Fernández Rico, E. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. España: Copyright.
- García, S. L. (2011). *Organización total*. México: McGrawHill.
- Garrido, J. (2011). *Vender más en su tienda*. Barcelona: Profit.
- Martínez, M. P. (2014). *Atención al cliente*. España: Copyright.
- Sánchez, P. (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid: Editex.
- Serrano, M. J. (2017). *Comunicación y atención al cliente*. España: Copyright.
- Tarodo, C. (2011). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. España: RA-MA.
- Tarziján, J. (2013). *Fundamentos de estrategia empresarial*. Chile: EDICIONES EC.
- Vargas, J. I., Loreña, G. L., & Muñoz, R. Z. (2015). *HISTORIA DE LA PSICOLOGÍA. HISTORIA DE LA PSICOLOGÍA*, 19.
- Zapatero Álvarez, A. I. (2012). *Información y atención al cliente/consumidor/usuario*. Madrid: CEP S.L.

ANEXOS

Ficha de observación

INDICADORES	SÍ	NO	A VECES
La fábrica realiza capacitaciones de atención al cliente		X	
Cuenta con manual de procedimientos en atención al cliente		X	
La fábrica elige a personal capacitado	X		
Cuenta con una agenda para control de información		X	
Los trabajadores reciben cortésmente a los clientes			X
Los vendedores entregan los pedidos en el tiempo establecido			X
Los clientes quedan satisfechos ante el servicio brindado			X
Los clientes realizan alguna queja si sus necesidades no fueron atendidas		X	
OBSERVACIONES			

Fuente: Ficha de observación a la empresa Guambar
 Elaborado por: Estefanía Montalvo



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIA EDUCACIÓN Y TECNOLOGIA

CARRERA LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN SECRETARIADO EJECUTIVO

Tema: Implementación de un manual de procedimientos de atención al cliente y control de información para la empresa Guambar de San Antonio de Ibarra Provincia Imbabura en el año 2018.

Encuesta dirigida a: clientes

Marque con una x la respuesta.

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

Sí () No ()

2. ¿Cómo es el trato que le brindan los vendedores de la fábrica de licor Guambar?

Buena () Regular () Mala ()

3. ¿El tiempo de espera al recibir su producto es adecuado?

Sí () No ()

4. ¿Sus demandas del producto han sido satisfactoriamente atendidos?

Siempre () Casi Siempre () Nunca ()

5. ¿La atención que recibe del personal de ventas satisface sus necesidades?

Si () No ()

6. ¿Con que frecuencia usted compra el licor?

Semanal () Trimestral () Mensual () Anual ()

Otro.....



UNIVERSIDAD TECNICA DE NORTE

FACULTAD CIENCIA EDUCACIÓN Y TECNOLOGIA

CARRERA LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

Tema: Implementación de un manual de procedimientos de atención al cliente y control de información para la empresa Guambar de San Antonio de Ibarra Provincia Imbabura en el año 2018.

Encuesta dirigida al: Personal de la fábrica Guambar.

1. ¿Cree apropiado brindar una buena atención al cliente? Sí () No ()
2. ¿Cree necesario la capacitación del personal en el tema de atención al cliente?
Sí () No ()
3. ¿Conoce cuáles son los procedimientos a seguir para brindar buena atención a los clientes?
Sí () No ()
4. ¿Sabe cuál es la utilidad que tiene un manual de procedimientos de atención al cliente y control de información?
Sí () No ()
5. ¿Considera que la fábrica de licor Guambar debería implementar un manual de procedimientos de atención al cliente y control de información? Sí () No ()
6. ¿Con el manual de procedimientos de atención al cliente y control de información cree que existirá mejoras en la atención al cliente? Sí () No ()
7. ¿Con el manual de procedimientos de atención al cliente y control de información, se implementaría un seguimiento a sus clientes?
Siempre () casi siempre () nunca ()
8. ¿En base a la atención brindada considera que el cliente ha sido satisfecho?
Siempre () casi siempre () nunca ()
9. ¿Han existido quejas de los clientes porque el personal de ventas no haya brindado una buena atención?
Si () No () a veces ()
10. ¿Considera que las ventas han descendido por la mala atención a los clientes?
Sí () No ()

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIA EDUCACIÓN Y TECNOLOGIA

CARRERA LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

Tema: Implementación de un manual de procedimientos de atención al cliente y control de información para la empresa Guambar de San Antonio de Ibarra Provincia Imbabura en el año 2018.

Entrevistas:

- 1 ¿Al momento de contratar personal para ventas usted cuenta con el perfil profesional a elegir?
2. Cree que es importante brindar una buena atención a los clientes?
3. ¿Cree que el personal debe estar constantemente capacitándose para brindar una buena atención a los clientes?
4. ¿Han existido desacuerdos o negociaciones fallidas que han ocasionado caídas del producto, como consecuencia de una mala atención a los clientes?
- 5 ¿Considera importante contar con un manual de procedimientos de atención al cliente y control de información?

Fueron entrevistadas:

Propietaria, Secretaria de la empresa, Jefe de Calidad, Contador, Vendedores.

Cientes de Guambar, respondiendo a la encuesta



Elaborado por: Estefanía Montalvo

Vendedora de Guambar, respondiendo a la encuesta



Elaborado por: Estefanía Montalvo

Vendedora de Guambar en una feria cultural



Elaborado por: Estefanía Montalvo

Fábrica de licor Guambar



Elaborado por: Estefanía Montalvo

Cientes satisfechos



Elaborado por: Estefanía Montalvo

Socialización en la fábrica de licor Guambar





Elaborado por: Estefanía Montalvo

Finalización de la socialización



Elaborado por: Estefanía Montalvo

ABSTRACT

An appropriate customer service is essential for new companies, since they will have increased their customers and therefore their economic profit. Ecuador is a country in constantly competition in the market, companies must differentiate one from the other, therefore, this work aims to improve customer service and manage information. This research was carried out in "GUAMBAR" company, which produces artisan liquor, in "San Antonio de Ibarra" district, in the province of Imbabura. This company does not have a Manual of Procedures for Customer Service and Information Management, to satisfy demands and provide timely orders. In the first chapter the theoretical framework is made with the variables necessary to understand concepts and ideas. The second chapter details the methodology. In the third chapter an analysis of results and an interpretation was carried out; finally the proposal is prepared to provide an alternative solution to the existing problem in the company.

KEY WORDS:

COMPANY, SALES, CUSTOMER ATTENTION, INFORMATION MANAGEMENT, PROCEDURES MANUAL, MARKET RECOVERY

Victor Rodriguez
17 15 446 12e)
FwL B





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



Secretariado Ejecutivo

CERTIFICADO

A petición del señor(ita); MONTALVO CISNEROS ESTEFANÍA ELIZABETH, portador(a) de la cédula de ciudadanía número 100320015-9, conforme a lo establecido en el **artículo 17 de la Ley Orgánica de Educación Superior, inciso segundo** y después de recibir el análisis del programa **URKUND**, certifico que el trabajo de grado **“IMPLEMENTACIÓN DE UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS Y CONTROL DE INFORMACIÓN PARA LA EMPRESA GUAMBAR DE SAN ANTONIO DE IBARRA. PROVINCIA IMBABURA EN EL AÑO 2018”**, tiene un porcentaje de similitud del (3%), por lo que declaro apto a este trabajo para que sea designado tribunal y prosiga con los trámites pertinentes para su titulación.

Atentamente,

Dra. Rosa Bastidas
DOCENTE DE LA CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

Jrkund Analysis Result

Analysed Document: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN ESTEFANÍA MONTALVO
FINAL.docx (D40679820)
Submitted: 7/31/2018 12:50:00 AM
Submitted By: eemontalvoc@utn.edu.ec
Significance: 3 %

Sources included in the report:

tesis-Carito.pdf (D36428905)
Jimmy ultimo .doc (D20919770)
<https://www.termpaperwarehouse.com/essay-on/Servicio-a-Cliente/389325>
<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/946/1/28005.pdf>

Instances where selected sources appear: