



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TEMA:

**“ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR EL SERVICIO AL CLIENTE
EN LA DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN HISPANA DE PASTAZA
DURANTE EL PERIODO 2013”**

AUTORA:

Marjorie Isabel Haro Olivo

Puyo- Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación: **“ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN HISPANA DE PASTAZA DURANTE EL PERIODO 2013”** previo a la obtención del título de Licenciada en Secretariado Gerencial, ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación

Ing. Raúl Germán Ramírez Garrido
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

Ing. Pedro Pablo Bravo Molina
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de la autora

Marjorie Isabel Haro Olivo

DEDICATORIA

A mi Señor Jesús quien me dio la fe, fortaleza, salud y la esperanza para terminar este trabajo y con mucho amor a mi familia, pero en especial a mi hija Kerly Medina, que me da la fuerza necesaria para estudiar culminar mis estudios.

Marjorie Isabel Haro Olivo

AGRADECIMIENTO

A Dios, por acompañarme todos los días.

Mi hermana, por ser mi mejor amiga, mi aliada, mi ejemplo, gracias por todo el apoyo en este trabajo de titulación y en mi vida.

Mi hija, gracias por su infinita paciencia, por su tierna compañía y sus inagotables apoyos.

Gracias por compartir mi vida y mis logros, esta tesis también es tuya, ¡te amo!

Andrés Cruz gracias por ser mi sigiloso guardián y compañero, eres el mejor esposo.

A todos mis amigos, compañeros y maestros de la ESPOCH, formaron parte de esta aventura y siempre se quedarán en mis recuerdos.

A la ESPOCH, por ser la parte más importante de mi carrera y por todo el apoyo recibido.

Con todo mi cariño

Marjorie Isabel Haro Olivo

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Certificación autoría	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de tablas	ix
Índice de graficos.....	ix
Resumen ejecutivo.....	xi
Summary.....	xii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 GENERALIDADES.....	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	2
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2.1 Delimitación del Problema	3
1.3 OBJETIVOS.....	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivos Específicos	3
1.4 PREGUNTAS DIRECTRICES	4
1.5 HIPÓTESIS	4
1.5.1 Hipótesis general	4
1.5.2 Hipótesis específicas:	4
1.6 VARIABLES DE ESTUDIO	5
1.6.1 Hipótesis	5
1.6.2 Indicadores:	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	6
2.1 MARCO TEÓRICO	6
2.2 ATENCIÓN AL CLIENTE.....	6
2.3 IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE	7
2.4 TIPOS DE ATENCIÓN.	8

2.4.1	Atención activa y voluntaria.....	8
2.4.2	Atención Activa e involuntaria.....	8
2.4.3	Atención Pasiva.....	8
2.5	SERVICIO AL CLIENTE.....	13
2.6	SERVICIO AL CLIENTE SINÓNIMO DE CALIDAD	15
2.7	LA SECRETARIA COMO FACTOR IMPORTANTE EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE	17
2.7.1	Perfil de la Secretaria Ejecutiva Moderna Ideal	17
2.7.2	Características Esenciales de una Secretaria	17
2.7.3	Las Funciones de la Secretaria	18
2.7.4	Clasificación de las Tareas Secretariales	19
2.7.5	Los 7 Pecados Capitales de la Secretaria.....	19
2.7.6	Componentes de la Secretaria Moderna	21
2.8	EL AMBIENTE, RECURSOS Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO	23
2.9	VALORES INSTITUCIONALES PROPUESTOS	29
CAPITULO III: MARCO INVESTIGATIVO		31
3.1	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
3.2	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
3.3	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
3.4	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	33
3.5	POR LA CLASE DE MEDIOS UTILIZADOS PARA OBTENER DATOS..	33
3.6	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.7	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	35
3.8	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.8.1	Entrevista.....	36
3.8.2	Encuesta.....	36
3.8.3	Encuesta personal	37
3.8.4	Cuestionario.....	37
3.8.5	Escala de actitud de LIKERT	37
3.9	POBLACIÓN Y MUESTRA	39
3.10	PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
3.11	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	39
3.12	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	42
3.12.1	Análisis de Resultados Generales.....	62

3.12.2	Matriz de Triangulación de Variables en la Encuesta a Clientes	64
	CAPITULO IV: PROPUESTA	66
4.1	ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN HISPANA DE PASTAZA DURANTE EL PERIODO 2013	66
4.1.1	Resumen Ejecutivo	66
4.1.2	Estructura de la propuesta.....	67
4.1.3	Antecedentes de la propuesta	67
4.1.4	Justificación	68
4.1.5	Antecedentes históricos de la Dirección de Educación Hispana de Pastaza. .	69
4.1.6	Ubicación geográfica:	71
4.1.7	Objetivos.....	72
4.1.7.1	Objetivo General.....	72
4.1.7.2	Objetivos Específicos	72
4.1.8	Misión.....	72
4.1.9	Visión.....	72
4.1.10	Objetivos estratégicos institucionales.....	73
4.2	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN HISPANA DE PASTAZA.....	74
4.3	ANÁLISIS FODA INSTITUCIONAL	75
4.3	ESTRATEGIAS PARTICULARES.....	78
4.4	PROPUESTA ESTRATEGICA PARA LOS EMPLEADOS	82
	CONCLUSIONES	84
	RECOMENDACIONES.....	85
	BIBLIOGRAFÍA	86
	ANEXOS	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Datos para la formula.....	40
Tabla 2. Manual de atención al usuario	42
Tabla 3. Beneficios administrativos.....	43
Tabla 4. Elaboración una propuesta para mejorar la atención al usuario	44
Tabla 5. Modelo de atención al usuario	45
Tabla 6. Nuevo modelo de gestión administrativa	46
Tabla 7. Calificación a la atención.....	47
Tabla 8. Técnicas para atender	48
Tabla 9. El trabajo de los empleados	49
Tabla 10. Capacitación sobre atención al usuario.....	50
Tabla 11. Estimula el mejoramiento	51
Tabla 12. Dirección de Educación tiene planificación estratégica	52
Tabla 13. Principales inconvenientes.....	53
Tabla 14. Educación que oferta la institución.....	54
Tabla 15. Los empleados se capacitan	55
Tabla 16. Puestos de acuerdo al lugar de trabajo.....	56
Tabla 17. Qué debe mejorar la institución	57
Tabla 18. Valores que fomenta la institución	58
Tabla 19. Trámites en la institución.....	59
Tabla 20. Costo del servicio en la institución	60
Tabla 21. Atención al usuario de la institución	61
Tabla 22. Matriz de Triangulación de Variables en la Encuesta	64
Tabla 23. FODA Institucional	75
Tabla 24. Estrategias particulares	78

ÍNDICE DE GRAFICOS

Figura 1. Características Importantes en el Desarrollo de una Secretaria	27
Figura 2. Manual de atención al usuario	42
Figura 3. Beneficios administrativos	43
Figura 4. Elaboración una propuesta para mejorar la atención al usuario	44

Figura 5. Modelo de atención al usuario.....	45
Figura 6. Nuevo modelo de gestión administrativa	46
Figura 7. Calificación a la atención	47
Figura 8. Técnicas para atender	48
Figura 9. El trabajo de los empleados	49
Figura 10. Capacitación sobre atención al usuario	50
Figura 11. Estimula el mejoramiento.....	51
Figura 12. Dirección de Educación tiene planificación estratégica.....	52
Figura 13. Principales inconvenientes	53
Figura 14. Educación que oferta la institución	54
Figura 15. Los empleados se capacitan	55
Figura 16. Puestos de acuerdo al lugar de trabajo	56
Figura 17. Qué debe mejorar la institución.....	57
Figura 18. Valores que fomenta la institución	58
Figura 19. Trámites en la institución	59
Figura 20. Costo del servicio en la institución.....	60
Figura 21. Atención al usuario de la institución	61
Figura 22. Croquis de Ubicación	71
Figura 23. Organigrama estructural de la Dirección de Educación Hispana de Pastaza	74

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta aplicada al personal.....	87
Anexo 2. Encuestas realizadas a los padres de familia.....	89

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo se encuentra dividido en cinco capítulos los cuales contienen lo siguiente:

Tomando en cuenta de manera primordial los objetivos de la investigación para la realización de este trabajo y teniendo como meta la ejecución y aplicación de estrategias para optimizar el servicio al cliente en la dirección de educación hispana de Pastaza durante el periodo 2013; el primer capítulo nos permite conocer el planteamiento del problema, es decir dónde y porque nace la idea de crear una estrategia de atención al cliente para la Dirección Provincial de Educación de Pastaza. El segundo capítulo expresa el marco metodológico empleado en el desarrollo del modelo y así también la explicación de las técnicas empleadas; es decir, porque la selección de una investigación descriptiva y de campo, aplicadas en el mismo. El capítulo tres expresa el marco teórico utilizado para la investigación y planteamiento de la propuesta. El capítulo cuatro establece la propuesta de solución al problema presentado, facilitando el conocimiento de lo que se pretende mejorar. El capítulo quinto establece las conclusiones y recomendaciones de la investigación. Es necesario reconocer que las empresas públicas también merecen el mismo lugar de atención que las empresas privadas, debido a que estas manejan más clientes con un número mayor de necesidades que crecen con el tiempo mientras más aumenta la población, no dejando de lado que la razón de ser de las instituciones del sector público son las personas que hacen parte de una comunidad.

El objetivo de realizar el presente trabajo es establecer una estrategia de atención al cliente en esta dependencia, considerando bases de modelos de gestión del sistema privado que van dirigidos a obtener la eficiencia y eficacia de los colaboradores y de sus tareas, manteniendo el enfoque en el ámbito público demostrando la aplicación de los valores de la ética, cordialidad y responsabilidad en las distintas dependencias para así poder satisfacer las necesidades de la comunidad.jh

Ing. Raúl Germán Ramírez Garrido
DIRECTOR DEL TRIBUNALjhgty

SUMMARY

The research is divided into five chapters taking into account as fundamental manner the research objectives for the development of this work, whose goal is the execution and implementation of strategies to optimize customer service at "Dirección de Educación Hispana de Pastaza in the year 2013". The first chapter provides the problem statement, that is why the idea of creating a customer strategy for the Provincial Department of Education Pastaza. The second chapter shows the methodological framework used in the development of the model and the explanation of the techniques applied because of the selection of a descriptive and field research applied on it. The chapter three presents the theoretical framework that is used for the research and approach of the proposal. At the same time the chapter four provides the proposed solution to the problem presented by facilitating the knowledge about what will be enhanced. The fifth chapter provides the conclusions and recommendations of the investigation; therefore it is necessary to recognize that public companies also deserve the same attention as private companies due to they handle more customers with a greater number of needs that grow over time because of population increases too, without leaving aside the reason being of the public institutions that involve people who are part of a community.

On the other hand, the purpose of conducting this study is to establish a customer service strategy in this dependence, considering database of management models from the private system that are directed to achieve the efficiency and effectiveness of employees and their tasks, taking into account the perspective on general public sector, showing the application of ethical values, responsibility and cordiality in every departmental areas in order to satisfy needs of the community

Ing. Raúl Germán Ramírez Garrido
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

INTRODUCCIÓN

Una de las características principales que distingue a las mejores Instituciones de servicio público educativo, es la orientación acertada y totalmente al cliente o usuario, anticipándose a sus necesidades requeridas al otorgarle un óptimo servicio en forma cualitativa, e incluso excediendo al máximo sus expectativas, brindándole un servicio mucho más amplio de lo que el cliente solicita.

En el Ecuador, un gran número de personas que trabajan en organizaciones públicas creen que no siempre se puede dar un excelente servicio a los clientes o usuarios, porque no existe el personal suficiente, no se tienen ganas de hacerlo; o porque hace falta el apoyo material o económico.

Por lo tanto el presente trabajo propone que los servidores públicos de la dirección de educación de Pastaza comprendan los fundamentos de la calidad en el servicio e incrementen sus habilidades para otorgar mejores servicios con calidad, y a la vez, para respaldar el desarrollo continuo, de sus labores cotidianas.

Es necesario que las personas que prestan un servicio, comprendan claramente los requisitos de los usuarios, que estén capacitados para realizar su labor, para prestar los servicios de manera apropiada, manteniendo una actitud cooperativa y se encuentren siempre alertas, en posibilidad de planear el uso de su tiempo y de sus acciones y se explica la importancia que tiene la calidad del servicio y lo significativo que es mejorar la calidad de los servicios, de tal forma, que la imagen y el prestigio de la Institución, se mantengan siempre de forma apropiada en la percepción de sus clientes y de sus usuarios.

Considerando las dificultades encontradas en el diagnóstico situacional que permitirá llegar a una solución de los problemas encontrados los mismos que se mencionan en el presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 GENERALIDADES

La Dirección de educación hispana es una entidad pública que desarrolla funciones de servicio a personas de la provincia en el área educativa y no cuenta con estrategias que optimicen el servicio al usuario. Por tal motivo, el objetivo del presente trabajo es el de plantear, las cuales buscan satisfacer las necesidades del público objetivo.

De este modo, el desarrollo de la presente investigación conduce al siguiente objetivo: Proponer una Estrategia de Servicio al Usuario, para la dirección de educación hispana, que permita satisfacer las necesidades de sus usuarios.

Una estrategia de servicio al usuario en la dirección de educación hispana de Pastaza optimizaría los servicios educativos durante el periodo 2013 y la consecución de nuevos beneficiarios.

Los usuarios serán la fuente fundamental de información a través del uso de los cuestionarios sobre los cuales, en todos los casos se efectuara un examen crítico de los mismos.

Dentro de las necesidades más apremiantes que las instituciones gubernamentales poseen, se encuentra la de optimizar los servicios que le prestan a la población en general. Dada la importancia de este elemento, la Dirección de educación como una entidad estatal justifica la necesidad de crear estrategias que optimicen el servicio que se ofrece a sus usuarios.

1.1.1 Formulación del Problema

¿La Dirección de Educación Hispana de la Provincia de Pastaza cuenta con un modelo estratégico para mejorar la atención al cliente en los diferentes servicios que presta al público?

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Dentro de las necesidades más apremiantes que las instituciones gubernamentales poseen, se encuentra la de optimizar los servicios que le prestan a la población en general. Dada la importancia de este elemento, la Dirección de educación como una entidad estatal, debe justificar la necesidad de crear estrategias que optimicen el servicio que se ofrece a sus usuarios.

La importancia del servicio se justifica por varias razones:

- a. Puede ser uno de los medios para lograr una ventaja competitiva sostenible.
- b. Es un factor importante para la percepción de la calidad por parte del cliente.
- c. Aumenta el valor agregado del producto.
- d. La creciente demanda hace que se convierta en un requisito para competir.

1.2.1 Delimitación del Problema

El campo de estudio se limita a las oficinas de la Dirección Provincial de Educación Hispana de Pastaza Ubicad en la Avenida Monseñor Alberto Zambrano Palacios de la ciudad de Puyo, parroquia Puyo, Cantón Pastaza y provincia de Pastaza.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Plantear estrategias a nivel de propuesta para la optimización del servicio al cliente en la dirección de Educación Hispana de Pastaza durante el periodo 2013.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Crear un programa que cambie o refuerce las creencias, expectativas, ideas, valores, actitudes y conductas de los empleados de la dirección de Educación Hispana.
2. Implementar un cambio o reforzamiento de la cultura organizacional
3. Utilizar la tecnología de la institución para la optimización del servicio

4. Desarrollar un programa de información y divulgación del servicio que presta la institución.
5. Creación de una guía orientada a la calidad en el servicio al cliente.

1.4 PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Qué tipo de instrucción o nivel profesional tienen los empleados de la Dirección de Educación Hispana?

¿Los empleados de la dirección de educación Hispana han recibido capacitaciones permanentes relacionadas a normas y técnicas de atención al cliente?

¿La dirección de educación hispana cuenta con un sistema adecuado para expedir los trámites de gestión dispuesta por la ciudadanía del Cantón Pastaza?

¿El departamento administrativo coordina y organiza a las diferentes áreas departamentales para mejorar la gestión institucional?

¿Los usuarios se encuentran conformes a con la calidad de servicio que brinda la dirección de educación provincial?

1.5 HIPÓTESIS

1.5.1 Hipótesis general

"Una estrategia del servicio al cliente, en la dirección de educación hispana de Pastaza; se relaciona con la satisfacción de las necesidades de sus clientes y la consecución de nuevos públicos"

1.5.2 Hipótesis específicas:

1. El actual modelo estratégico de la dirección de educación no se encuentra acorde a las exigencias de los usuarios.

2. El nuevo modelo de atención y servicio al cliente que se implementará en la dirección de educación servirá para perfeccionar su funcionamiento dirigido a fomentar soluciones a sus necesidades.
3. La Filosofía organizacional del nuevo modelo estratégico describe las características específicas de su entorno como sus perspectivas de innovación.
4. Los requerimientos del nuevo modelo estratégico ayudaran a establecer los parámetros institucionales que facilitaran los resultados de la gestión.

1.6 VARIABLES DE ESTUDIO

1.6.1 Hipótesis

"Una estrategia del servicio al cliente, en los pequeños bancos; se relaciona con la satisfacción de las necesidades de sus clientes y la consecución de nuevos públicos"

Las variables de esta hipótesis, se identifican plenamente, de este modo:

Vi = El modelo racional de estrategia para el servicio al cliente

Vd(1) = Satisfacción de las necesidades en los clientes.

Vd(2) = Consecución de nuevos públicos.

1.6.2 Indicadores:

- ✓ Número de usuarios
- ✓ Número de trámites ejecutados.
- ✓ Asistencia de clientes.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 MARCO TEÓRICO

A pesar de existir dificultades en las relaciones humanas, espacio físico inadecuado, no dispone de equipamiento tecnológico y docentes para la especialidad de la institución en los últimos años gracias a los paradigmas del Modelo del Sistema de Educación hispana, se encuentran asumiendo conscientemente un proceso de formación integral de niños, niñas, jóvenes y señoritas, fundamentados en la interculturalidad, fortaleciendo la sabiduría a e integrando al avance de la ciencia y la tecnología.

La dirección de educación Hispana de Pastaza, se fundamente en:

2.2 ATENCIÓN AL CLIENTE

La correcta relación con los clientes permite a las empresas conocer los cambios en sus actitudes y expectativas para poder anticiparse a sus necesidades.

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

La atención constituye el segundo paso del proceso técnico de la venta y procede de la curiosidad lograda en la presentación.

En una buena presentación el prospecto llega a desarrollar cierto grado de atención llamada curiosidad que es "el deseo del prospecto de saber y averiguar alguna cosa", a esto desde el punto de vista psicológico se le conoce como pre-atención.

La curiosidad primero y la atención después, preparan y condicionan al prospecto para aceptar e intervenir en los otros cinco pasos subsecuentes de la entrevista de venta.

2.3 IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE

Un buen servicio al usuario puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal.

Atraer un nuevo usuario es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa.

Se han observado que los usuarios son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, ya que significa que el usuario obtendrá a las finales menores costos de inventario.

Todas las personas que entran en contacto con el usuario proyectan actitudes que afectan a éste el representante de ventas al llamarle por teléfono, la recepcionista en la puerta, el servicio técnico al llamar para instalar un nuevo equipo o servicio en la dependencias, y el personal de las ventas que finalmente, logra el pedido. Consciente o inconsciente, el comprador siempre está evaluando la forma como la empresa hace institución, cómo trata a los otros usuarios y cómo esperaría que le trataran a él.

Acciones:

Las actitudes se reflejan en acciones: el comportamiento de las distintas personas con las cuales el usuario entra en contacto produce un impacto sobre el nivel de satisfacción del usuario incluyendo:

La cortesía general con el que el personal maneja las preguntas, los problemas, como ofrece o amplia información, provee servicio y la forma como la empresa trata a los otros usuarios.

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

Las empresas dan énfasis al administrador y el control que al resultado percibido por el usuario. Esto da lugar a que las áreas internas tengan autoridad total para crear políticas, normas y procedimientos que no siempre tiene en cuenta las verdaderas necesidades del usuario o el impacto que dichas políticas generan en la manera como el percibe el servicio.

2.4 TIPOS DE ATENCIÓN.

La atención puede ser de tres tipos:

2.4.1 Atención activa y voluntaria.

Es atención activa y voluntaria cuando se orienta y proyecta mediante un acto consciente, volitivo y con un fin de utilidad práctica y en su aplicación buscamos aclarar o distinguir algo.

2.4.2 Atención Activa e involuntaria.

Es la orientada por una percepción.

2.4.3 Atención Pasiva.

Es atención pasiva la que es atraída sin esfuerzo porque el objeto es grato y es este quien la orienta.

La atención durante la entrevista a un cliente.

La captación de la atención es relativamente fácil. No así el poder retenerla en virtud de lo efímero de su proyección y de lo móvil de su actividad.

Las principales circunstancias de las que depende la atención son:

1. La ausencia de atracciones contrarias.
2. La tensión de la sensación.

3. El realce del estímulo.
4. La comprensión.

Atención Directa o Personalizada: Se dice de la atención que se da cara a cara, persona a persona; es decir, sin interferencia para tener un contacto visual con nuestro cliente. Los elementos que consideramos incluidos dentro de la atención personalizada, pueden agruparse en tres pasos interdependientes que llevan al objetivo de lograr la satisfacción del cliente. Ellos son:

1. Bienvenida.
2. Hacerse cargo de la necesidad.
3. Cierre positivo de la relación.

Bienvenida:

La bienvenida se concreta en:

- ✓ Saludarle cordialmente, es necesario tomar la iniciativa con nuestro saludo.
- ✓ Identificarlo por su nombre y apellido cuando nos dirigimos al cliente. No es un frío número estadístico. Es una persona.
- ✓ Escucharlo activamente, implica estar muy atento a sus requerimientos para detectar el o los motivos que hacen que se acerque a nuestra oficina o lugar de trabajo.
- ✓ Asegurar el entendimiento, antes de comenzar a actuar para satisfacer la necesidad del cliente, es necesario verificar su requerimiento. Consiste en reiterar al cliente, lo que entendemos nos solicitó

Deben ser innumerables las situaciones que se cuentan entre ventajosas para las empresas que prestan un adecuado servicio al cliente.

Entre cuyos factores o atributos encontramos desde los saludos, forma y modo de trato con el cliente... Si el trato cara a cara con el cliente es un problema, es casi seguro que la empresa tiene otros problemas más profundos. En dónde residen y cuáles son esos problemas es algo que sólo se puede saber mediante su diagnóstico.

Es muy importante que una empresa esté al tanto de la atención que las personas que han sido designadas para cumplir esta función están dando, ya que según las encuestas realizadas, la atención personalizada que se da a los clientes influye mucho más que otros factores en el cliente para ver si regresara o no a nuestra institución.

Atención Indirecta: Se dice del tipo de comunicación que se establece con el cliente, es decir, a diferencia de la personalizada, la atención indirecta se lleva a cabo vía telefónica, correo electrónico o fax.

1. Atención telefónica: El avance de Internet y otros nuevos medios de comunicación no han hecho sino que incrementar el número de personas que hablan por teléfono, bien sea por medios tradicionales o bien por nuevos medios como Internet (Google Talk, Messenger, Skype, etc.). Pero no solo ha llegado al ámbito privado sino que ha calado en el ámbito empresarial utilizándose para múltiples comunicaciones de empresa.

La rápida evolución de estas nuevas formas de comunicación ha dado lugar a múltiples ofertas de servicios telefónicos, con tarifas muy ventajosas e incluso planas, por lo que las comunicaciones telefónicas se han multiplicado. Muchas empresas cuentan con servicios de telemarketing y de apoyo por medio del teléfono.

Por todo ello es importante seguir unas reglas básicas para saber cómo utilizar de forma correcta este medio. Dado que en el ámbito empresarial los clientes son la principal fuente de ingresos de la empresa, el trato debe ser lo más correcto posible en todo momento. Una mala contestación o atención, puede hacer que perdamos el cliente.

Pautas básicas de comportamiento al teléfono:

Cuando nos llaman (llamadas entrantes):

- ✓ Cualquier llamada se debe contestar rápidamente sin hacer esperar demasiado tiempo a la persona que llama.
- ✓ La respuesta debe ser educada y con una frase similar a: "Buenos días, le habla Carolina ¿en qué puedo ayudarle?", o bien "Servicios Empresariales, dígame, habla

usted con Juanjo". Siempre debe responder con algunas palabras o frase amable, sencilla y directa.

- ✓ Siempre debe tratar de usted a todo el mundo. La persona que hace la llamada será quien debe indicarle si se pueden tutear.
- ✓ No se hace esperar mucho tiempo al cliente (o persona que llama) al teléfono. Si ve que se va a demorar mucho en ponerse al teléfono la persona solicitada puede indicar al interlocutor que llame más tarde o deje sus datos para llamarle con posterioridad
- ✓ Si tiene que "mentir" cuidado con el orden de las palabras: "De parte de quien... no está en estos momentos", es un error; al identificarse primero se puede dar la impresión de que no está para él. Lo correcto sería: "Un momento que voy a comprobar si está... ¿de parte de quién? Con esta frase indicamos que no sabemos si está con independencia de quien sea el que llama. Es muy importante cuidar estos detalles.
- ✓ Debe responder al teléfono con un tono adecuado y vocalizando bien. Es muy desagradable no entender a quién nos contesta al teléfono. Hágalo despacio y repita si es necesario.
- ✓ Si trata con personas de otros países, ponga mucho cuidado en hablar despacio y claro, para poder entenderse lo mejor posible.
- ✓ Paciencia. Las secretarias y otras personas que reciben muchas llamadas (centros de soporte, de atención al cliente, etc.) tienen que "aguantar" a todo tipo de personas. Hay que tener paciencia y nunca perder ni los nervios ni los buenos modales.
- ✓ Si la cosa se pone muy complicada, puede optar por avisar o pasar la llamada a uno de sus jefes o supervisores.

Cuando llamamos (Llamadas salientes):

- ✓ Siempre debe preguntar por una persona de forma educada, anteponiendo el tratamiento de Señor o de Don (o el que se utilice en su país).
- ✓ Hable con un tono de voz moderado y de forma clara, que le pueda entender bien la otra parte.
- ✓ Identifíquese cuando llama para que la otra persona sepa con quien está hablando. Lo mismo puede pedir a la otra parte.

- ✓ Aunque sea usted amigo de la persona a la que llama debe preguntar por ella de forma educada aunque después le trate de una forma más cercana. Por ejemplo, si llama usted a otro jefe de ventas, por ejemplo, al que familiarmente llaman "genio" porque vende todo muy bien, debe preguntar por Don Roberto o el Señor Suárez, aunque después a él le trate como Genio o le salude como tal. No se debe equivocar uno en el trato cuando hay otras personas de por medio. No se puede llamar a la empresa de un amigo o familiar, y preguntar por el por un mote o apodo.
 - ✓ Al identificarse diga su nombre y el de la compañía o empresa que representa (si es que representa a alguna).
 - ✓ Si se equivoca al llamar, pida disculpas por el error, pero no cuelgue el teléfono de forma inmediata sin decir nada.
 - ✓ El teléfono no es para mantener largas conversaciones. No se olvide que la persona a la que llama tendrá más que hacer. Se dan recados, se comentan brevemente cosas, pero no es un medio para "derrochar" mucho tiempo.
 - ✓ Si llama por medio de una secretaria, no le haga esperar mucho tiempo a su interlocutor. Si llama de forma directa y le "salta" un contestador de un mensaje breve. No hace falta que cuente en su mensaje todo el motivo de su llamada. Breve y conciso.
 - ✓ Si su llamada tiene como objetivo devolver una comunicación anterior, debe hacerla en los términos que le hayan especificado (día, hora, etc.).
 - ✓ No se olvide de las palabras mágicas de la buena educación: por favor, y gracias.
2. Vía correo electrónico: Es muy común que utilicemos el correo electrónico porque constituye el método más empleado y simple para atender al cliente mediante Internet.

Para que nuestra comunicación se pueda optimizar en este medio, seguiremos estos consejos:

- ✓ Una respuesta concisa: Démosle soluciones e indicaciones detalladas de los pasos que deberán seguir.
- ✓ Seamos honestos: Si el producto que ofrecemos no concuerda con las necesidades del cliente potencial, o tal vez no le podemos ayudar, explícale por qué y ofréceles soluciones alternas. Seamos claro: Ser conciso en las respuestas.

- ✓ Hacer recordar correos pasados: Cuando atendemos un correo de un cliente, siempre es bueno incluir el mensaje original de ese cliente potencial o citemos párafos específicos de su mensaje.
- ✓ La ortografía debe ser perfecta: Revisemos permanentemente la ortografía en tus mensajes antes de enviarlos.
- ✓ Evitemos las mayúsculas: Esto va en contra de las normas de etiqueta en toda la red, porque puede interpretarse como que estás ¡GRITANDO!
- ✓ Se recomienda NO ENVIAR archivos adjuntos sin permiso de la otra parte. ¿Razones? Los virus informáticos pueden ser transmitidos en los archivos adjuntos.
- ✓ El tiempo de descarga de un archivo adjunto puede ser largo y el lector se verá frustrado si el contenido no se ajusta a sus necesidades.
- ✓ En muchos rincones del mundo, la gente aún paga por minuto de conexión a la Red.
- ✓ NUNCA ENVIE copias de sus mensajes a múltiples personas usando el campo CC (con Copia). Lo anterior hará que todos los receptores del mensaje tengan la dirección de correo-e de todos a los que usted le envía el mensaje. En reemplazo, use el campo BCC (Copia Oculta), esto ocultará la dirección de correo-e de los destinatarios.

2.5 SERVICIO AL CLIENTE

Una de las inquietudes más corrientes entre los empresarios pequeños y medianos es el tema del servicio al cliente. Todos reconocen que este es un aspecto importante para el éxito de toda empresa, sea cual sea su actividad. Es un tema sobre el cual se escribe demasiado, se presentan muchos seminarios, se habla por todos lados, pero lamentablemente pocos entienden y se practica mucho menos. Se repite incansablemente patrones provenientes de las culturas anglo-sajonas, que nos llegan de traducciones de libros publicados especialmente en los Estados Unidos. El tema se complica por los tratadistas y tiende a comunicarse de una forma compleja. A veces se olvida el objetivo del mensaje y solamente se quiere demostrar que se sabe mucho. Se olvida que los mensajes más poderosos son simples y directos. El mensaje ni tan siquiera tiene que ser original. Lo importante es que se entienda.

La primera pregunta que debe hacerse un empresario, en cuanto a servicio se refiere, es si realmente está dispuesto a aceptar todos los riesgos y retos que significa orientar su

empresa hacia el cliente, para dar el "servicio" que el cliente quiere. Esto incluye invertir en un adoctrinamiento de todo el personal, y un cambio personal en su actitud. En segundo lugar estaría definir exactamente lo que para el dueño de la empresa y todo el personal que labora directa e indirectamente con es ese personaje llamado: "el cliente". Definir lo que es un cliente no es difícil. Aceptar las todas consecuencias de esa definición es un asunto totalmente diferente.

Según Humberto Serna Gómez profesor del departamento de Administración de la Universidad de los Andes en Bogotá, el servicio al cliente “es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad tanto de los clientes actuales como de la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores” (Serna, 2006)

Así mismo, Albrecht y Zemke piensan que “el servicio al cliente es un valor determinante e influyente en las organizaciones actuales competitivas, cuya finalidad es fidelizar a los antiguos clientes y atraer nuevos clientes gracias a la excelencia en el servicio” (Albrecht, 2000)

No basta con dar un buen servicio, el cliente debe darse cuenta de que está recibiendo un buen servicio. Es así como el servicio al cliente debe ser una constante preocupación para las empresas que quieren tener éxito, desarrollando procesos de benchmarking y adaptando nuevos modelos para ser más competitivos en el mercado teniendo en cuenta que el servicio al cliente es una herramienta muy poderosa.

Cliente interno

El cliente interno “es toda aquella persona, que siendo parte de la organización prestadora de un servicio, a la vez utiliza los de otro compañero o área de la misma”

El cliente interno es entonces todos y cada uno de los miembros que componen la organización, clientes en los que la organización debe centrarse generando estrategias que permitan exteriorizar la calidad en el servicio, con el fin ser más competitivos en el mercado. (Gómez & Abello, F.R., 2003)

Cliente externo

El cliente externo es la persona que paga por un producto o servicio. Para Karl Albrecht, “es aquella persona que espera satisfacer una necesidad o un deseo utilizando los recursos de otra persona o de un grupo de personas” (Albrecht K. & R., 2000)

2.6 SERVICIO AL CLIENTE SINÓNIMO DE CALIDAD

El servicio al cliente ha sido una de las herramientas más usadas por las empresas para diferenciarse de su competencia y desarrollar ventaja competitiva sostenible es el servicio al cliente. Suena extraño que la estrategia de servicio al cliente esté ligada al producto pero así es, y muy directamente.

La estrategia de servicio al cliente hace parte de un todo que es el producto, existen unos productos que son tangibles puros, como la sal, que no requieren ser acompañados de ningún servicio, pero existen otros que sí lo requieren, como los electrodomésticos o los servicios bancarios, vamos a concentrarnos en ellos.

Al desarrollar una estrategia de servicio al cliente se deben enfrentar tres decisiones básicas, qué servicios se ofrecerán, qué nivel de servicio se debe ofrecer y cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios?, mirémoslas más detalladamente:

Para determinar cuáles servicios son los que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno

Que servicios se ofrecerán

Asimismo, se debe estar consciente de que aunque nuestros servicios sean de excelente calidad, si son los mismos y del mismo nivel que los de la competencia, nunca crearemos ventaja competitiva, por ello, al aplicar encuestas tendientes a mejorar los servicios, debemos tratar de compararnos con nuestros competidores más cercanos, así detectaremos verdaderas oportunidades para adelantarnos y ser los mejores.

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

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

El mercado ya no se asemeja en nada al de los años pasados, que era tan previsible y entendible. La preocupación era producir más y mejor, porque había suficiente demanda para atender.

Hoy la situación ha cambiado en forma dramática. La presión de la oferta de bienes y servicios y la saturación de los mercados obliga a las empresas de distintos sectores y tamaños a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos "clientes escurridizos" que no mantienen "lealtad" ni con las marcas ni con las empresas.

Muchos emprendedores insisten en que la experiencia puede ser aplicable a cualquier situación y se dan cuenta tarde que su empresa no está sufriendo una recesión pasajera, sino que están quedando fuera de la institución.

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender tan bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo.

Sería ocioso tratar de encontrar una descripción amplia y precisa del concepto "cliente". Pero podemos elaborar un listado enumerando los aspectos esenciales que pueden caracterizar ese concepto.

Un cliente:

- ✓ Es la persona más importante de nuestra institución.

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

2.7 LA SECRETARIA COMO FACTOR IMPORTANTE EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

2.7.1 Perfil de la Secretaria Ejecutiva Moderna Ideal

Una buena secretaria es un activo muy valioso para un alto ejecutivo. A si,

¿Cuáles deben ser las aptitudes y actitudes de la secretaria ideal en un mundo de instituciones globales y de los cambio tecnológico.

En un ambiente de institución dinámico y global, las organizaciones interactúan con nuevas herramientas tecnológicas y clientes de diversas nacionalidades en tiempo real a si los ejecutivos han debido adaptarse al nuevo entorno. Y desde luego también sus secretarias.

2.7.2 Características Esenciales de una Secretaria

Desempeñar el rol de una secretaria, significa frecuentemente ser la cara de la institución y de los de afuera, a través del teléfono correo electrónico y correspondencia. La profesión de una secretaria es mucho más que un simple trampolín para escalar una profesión en una organización y mucho más que un pasa tiempo. El cargo de secretaria de una empresa es un puesto de gran importancia y responsabilidad.

¿Qué cualidades debe tener una secretaria para desempeñar bien su rol.

1. Puntualidad: es una manifestación de seriedad y formalidad. No solamente para llegar al trabajo sino también en la hora de entregar un trabajo, en los cumplimientos de los horarios y o calendarios asignado a toda tarea.
2. Paciencia: esta es una virtud indispensable si eres secretaria; enojarse jamás á dado buenos resultados, sólo sirve para descargar nuestros nervios para los demás.
3. Organización: una secretaria debe ser organizada sin excusa. Las personas que se relacionan contigo en la empresa deben tener confianza en ti y estar tranquilos de que tendrán el trabajo solicitado en tiempo y forma, no hay excusas en las empresas para no alcanzar los objetivos.
4. Lealtad: no significa quedarse con las cosas buenas y malas, es apoyar en situaciones de crisis o incómodas. También abarca la dedicación al trabajo rindiendo y queriendo la empresa.
5. Tacto: implica hacer lo debido en el momento adecuado solucionar un problema sin dar explicaciones pero sin ser claro y contundente ante cualquier anomalía que se presente.
6. Responsabilidad: es vital en un cargo secretarial, una secretaria profesional evita cometer errores de cualquier tipo, se comporta con diligencia ante las personas a si no sean del agrado, se llega con puntualidad al sitio de trabajo y si es dócil con la hora de salida, manteniendo el orden de la oficina y discreta con el teléfono de la empresa.

2.7.3 Las Funciones de la Secretaria

- ✓ Ser puntual en todas las actividades y funciones.
- ✓ Reclutar todas las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.
- ✓ Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.

- ✓ Recibir e informar asuntos que tengan que ver con el departamento correspondientes, para que todos estemos informados y desarrollar el trabajo asignado.
- ✓ Mantener discreción sobre todo lo que respeta a la empresa.
- ✓ Evitar hacer comentarios innecesarios sobre cualquier funcionario o departamento dentro de la empresa.
- ✓ Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado al jefe de los compromisos y de más asuntos.
- ✓ Obedecer y realizar instrucciones que te sean asignadas por el jefe.
- ✓ Mejora y el aprendizaje continuo.

2.7.4 Clasificación de las Tareas Secretariales

Las tareas que realiza la secretaria se clasifican de la siguiente manera.

- ✓ Cotidianas: apertura y clasificación de la correspondencia, utilización de la red telefónica permanente solo, para tareas propias de la empresa.
- ✓ Periódicas: usted periódicamente organiza reuniones de su o sus jefes de departamentos y la comunicación entre todo el personal de la empresa.
- ✓ Ocasionales: la secretaria o secretario de una empresa se verá en ocasiones, inmersa a preparar viajes, celebraciones, con protocolo y etiqueta desayunos, almuerzos o cena de trabajo reservación de hoteles o de espacios para eventos empresariales.

2.7.5 Los 7 Pecados Capitales de la Secretaria

La secretaria tiene actualmente una importancia vital en todos los medios de trabajo, en instituciones públicas y privadas.

Cada día la secretaria influye su actitud inclusive con su presencia y su presentación personal para proyectar la empresa.

Si bien es cierto que hay excelentes secretarias, también es reconocer que también existen otras que no pueden considerarse como buenos elementos.

A continuación veremos las 7 debilidades más frecuentes de algunas secretarias. En su proceso de formación académica, muestra que tipo de secretaria (o) puede llegar hacer.

Apariencia descuidada. Se debe llegar a la oficina lista para trabajar con excelente apariencia física de pulcritud aseo e higiene, los espejos, pintura y demás utensilios similares causan pésima impresión ante el otro.

Abuso de los teléfonos. Una gran parte de las instituciones o asuntos oficiales se lleva a cabo por el teléfono. Cuando se bloquea este medio de comunicación de la empresa o institución de la cual se elabora con llamadas personales con una agilidad deshonesto para que el jefe no se dé cuenta. El abuso de este artefacto permite identificar los principios de esta, y su conciencia de su ética profesional.

Indiscreción. Comentar con otras personas los asuntos y problemas del lugar de trabajo constituye una falta grave en su ética profesional.

La descortesía. Se descortés representa educación, respeto por nosotros mismos y los demás. Toda imagen positiva y negativa que se lleve un visitante de la empresa depende de un 90% del trato o actitud que tenga la secretaria.

Murmuración. No participan en la conformación de grupos que se reúnen a escondidas en los pasillos para intercambiar chismes o rumores del que no está presente.

Posdata. Toda empresa te necesita como un ser discreto delicado y pulcra para desarrollar todas las actividades del trabajo.

Actividades ajenas al trabajo.

- ✓ Rifas.
- ✓ Colectas
- ✓ Ventas en todos sentidos.
- ✓ Risas escandalosas.
- ✓ Consumir alimentos en horario laboral.

2.7.6 Componentes de la Secretaria Moderna

La secretaria es un departamento muy importante en toda empresa, es por ello, que toda secretaria debe adquirir destreza y habilidades que le permita desarrollar un excelente trabajo.

Toda buena secretaria necesita interactuar con cada uno de los factores que intervienen en la empresa.

Estos factores son:

Facilidad de expresión

Toda buena secretaria necesita interactuar con cada uno de los factores que intervienen en la empresa, tales como, personal administrativo, empleados, clientes, proveedores, supervisores y toda a que ya persona que amerita tener una información con respeto a la compañía.

Por ello es necesario que toda secretaria tenga ciertas características que le permitan tener una calidad de comunicación. A continuación citaremos varias características al respecto.

1. Dominio del tema.
2. Buen vocabulario.
3. Buena dicción.
4. Facilidad para exponer las ideas.
5. Cordialidad y respeto.

Buenas relaciones

Es absolutamente necesario que la persona en cargada de la secretaria de una empresa tenga excelentes relaciones con todo el equipo de trabajo que los rodea puesto que los posibles percances que puedan presentarse entre el grupo de trabajo, atrasan los

procesos y procedimientos de la empresa, y genera un retroceso en el buen funcionamiento de la empresa.

También es importante que la secretaria sea una persona, que pueda hacer un enlace entre los equipos de administración y sus equipos de trabajos y subalternos.

Facilidad de redacción

Toda secretaria necesita llevar registros escritos de diferentes movimientos de la empresa tales como actas, funciones, anotaciones de procedimientos, inventarios, nominas, plantillas, abuchees de pagos, listados de precios, relación de gastos entre otras muchas funciones dependiendo del servicio que brinde la empresa y las funciones inherente al cargo que varían en una empresa y otra, debe tener excelente dominio, de todo procedimiento, que requiere llevar cualquier tipo de información escrito.

Toda secretaria debe tener excelente dominio de los procesos de.

- ✓ Descripción.
- ✓ Narración.
- ✓ Síntesis o resumen.
- ✓ Entre otras formas de expresión de lenguaje escrito.
- ✓ Abreviación.
- ✓ Ortografía.
- ✓ Redacción.
- ✓ Conocimiento del origen alfabético en cuanto al archivo.

Creativa y dinámica

En toda empresa se encuentra cualquier tipo de imprevisto, situaciones inesperadas, que ameritan soluciones improvisadas. Que contribuyan a que los imprevistos, no afecten, el excelente desenvolvimiento de la empresa y de las diferentes funciones de la empresa.

Por eso, es necesario que toda secretaria sea creativa, dinámica, y que tenga mucha facilidad para levantarse en el medio de las presiones que causan los imprevistos, y ella pueda ser un eslabón importante en la empresa.

Responsabilidad

Todo trabajo dentro de una compañía es realmente necesario y obligatorio. Pero los cargos de mayor peso en una compañía es el cargo que amerita mayor responsabilidad, por ello es necesario que una secretaria que aspira ser excelente, pueda realizar sus funciones con eficacia, y puntualidad la responsabilidad viene a ser una de las características más vitales de una secretaria. La responsabilidad amerita puntualidad, pulcritud en los trabajos, puntualidad en cuanto a asistencia, respeto del horario, y puntualidad a las tareas que deba realizar.

Confiabilidad

Toda secretaria tiene acceso a los documentos más importantes de su compañía, archivo, inventario, relación de gastos, relación de precios, actas registros de la empresa, nómina de empleados, decisiones internas de la compañía y otros tipos de documentación privada de la empresa.

Activa y dinámica

Las habilidades y destrezas de una secretaria, le permite escalar otras posiciones dentro de la empresa, mejorar el procedimiento ya establecido, con respeto a ese cargo y darle mayor valor al servicio que presta a una empresa.

Toda empresa necesita una secretaria, dinámica, activa, productiva, que se el desarrollo de cada una de las ejecuciones de sus funciones dentro de la empresa.

2.8 EL AMBIENTE, RECURSOS Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO

Toda secretaria es responsable de su ambiente de trabajo. De que exista un orden en todas las cosas concernientes a su trabajo.

Toda secretaria debe valar por su espacio de trabajo, y todos los recursos, mobiliarios, documentación, y espacio que este a su cargo.

Tales como:

- ✓ Archivo.
- ✓ Escritorio.
- ✓ Carpetas.
- ✓ Libros de actas.
- ✓ Libros de ingresos.
- ✓ Carpeta nómina.
- ✓ Carpeta de facturación.
- ✓ Carpeta con relación de gastos.
- ✓ Documentos registrados en la computación.
- ✓ Buzón de archivo.
- ✓ Cualquier otro recurso que este bajo su responsabilidad.

La Secretaria Ejecutiva Moderna

Los escenarios económicos en donde operan las empresas se caracterizan por ser proactivos, cambiantes, retadores, con grandes oportunidades en donde salen adelante aquellas empresas que sean preparados para ellos que cuentan con un buen recuso humano ejecutivos capacitados, capaces de actuar en estas características.

A todo ello se agrega , como lo indica Fernando Vigorena , que vivimos un cambio de época y no una época de cambio lo que se traduce en un verdadero proceso de anorexia estructural que vive la empresa moderna , internalización de funciones medio hacia proveedores externos , estructuras en redes , el paso de mercados masivos a mercados sarmentados y en general un ambiente poco propicio para “ hacer carrera laboral “ , en empresas con estructuras desmontables , descartables, trasportables , desechables y hasta virtuales que están en permanente cambio .

En este contexto el trabajo de secretaria tradicional pasa a construir pieza de museo y surge una nueva actividad la de una secretaria, asistente Emprendedora, con una profesión de apoyo a la gestión.

La gerencia ante esta realidad de los cambios, grandes retos que hoy se dan en los escenarios, más en un turbulento, agresivo, riesgoso, sede contar con la colaboración de una secretaria ejecutiva, proactiva, que permita transitar exitosamente en este proceso se hace necesario cada vez más adquirir nuevos conocimientos en un mundo donde se maneja mucha información.

Definitivamente, la secretaria ejecutiva moderna desempeña en el presente un roll muy importancia en pro de la eficacia, rendimiento, productividad del gerente. debe contar con una serie de atributos que le permitan desempeñar su roll proactivamente , cumplir con sus funciones, ante a las nuevas exigencias que demandan las organización que sea propuesto ser exitosas poder cumplir éstas , con su misión , desempeñarse adecuadamente en los nuevos escenarios que el presenta exige .

Muy válido cundo se comenta, que se tenga presente que al secretaria ejecutiva, es el brazo derecho del gerente pudiéndole sustituir en ciertos caso incluso cuando este viaja. Lleva acabo las funciones que se lean sido delegadas, aplicando su propia incitativa y criterio del modo que los asuntos importantes reciban la atención necesaria, para reducir al mínimo el vacío ocasionado por la ausencia del jefe.

Es necesario contar con conocimientos básicos de los actuales tópicos gerenciales modernos; afines de interpretar el lenguaje de los actuales ejecutivos, saber los fundamentos básicos que la telemática presenta en función de un desempeño exitoso en el ejercicio funcional de la secretaria.

Haber alcanzado un buen crecimiento personal empatía. trato , manejo adecuado de las interrelaciones humanas , servicio al cliente , amabilidad , asertividad , presencia , seguridad , autoestima acta, responsabilidad , moral ,ética, aspiraciones , superación , creatividad , unto conocimiento de sí mismo , .

A todo ello se debe considerar en la actualidad lo que aporta por ejemplo mujerdeempresas.com, en relación a un tópico que muchas empresas han descuidado, como es el concerniente que al igual que las organizaciones exigen de sus directivos capacidad de liderazgo, habilidad para comunicar y visión a largo plazo, la secretaria van asumiendo nuevas responsabilidades y abandonando otras. Sobre todo desde mediados de los años 90, cuando las tecnologías de la información y comunicación sacudieron hasta sus cimientos una serie de conceptos de la gestión empresarial.

Definitivamente es valioso cuando se indica, que una secretaria es una colaboradora inmediata de un centro de gestión, con un conocimiento cabal de las actividades de su jefe y del sector en que trabaja, además está capacitada para la delegación de ciertas áreas o trabajos que desarrollan o pueden desarrollar sus jefes.

Es decir, en general de:

- ✓ Organizar y en siervos casos, asistir a reuniones.
- ✓ Establecer contactos telefónicos.
- ✓ Redactar y presentar correctamente informes, comunicados, entre otras.
- ✓ Planificar su tiempo y el de su jefe.
- ✓ Preparar y tratar la información adecuadamente.
- ✓ Concertar, acoger y atender a las visitas
- ✓ Preparar presentaciones de producto o servicio.
- ✓ Organizar los viajes de institución.

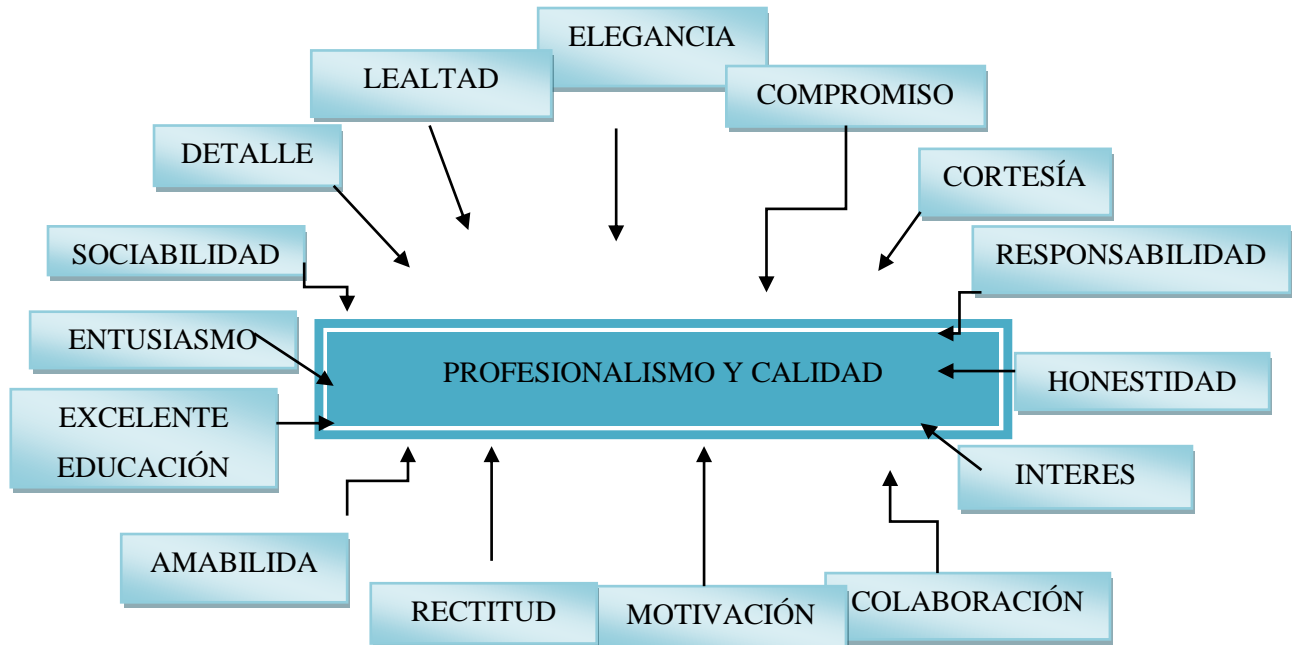
Resumiendo, se nos indica, debe ser: trabajar en equipo gestionando todo aquello que su jefe delega en ella y establecer relaciones personales efectivas con el entorno interno y externo de la empresa.

Muy importante la que indica FERNANDO VIGORENA, que una secretaria que centra su futuro en sus capacidades técnicas no estará aprovechando el cambio de época que se está verificando sino más bien estará preparándose para vivir.

Quienes sepan que solo en cambio de uno mismo podrá asegurar un éxito, serán la secretaria del siglo xx.

Presencia Impactante

Figura 1. Características Importantes en el Desarrollo de una Secretaria



Elaborado por: Marjorie Isabel Haro Olivo

Características Importantes en el Desarrollo de una Secretaria

1. LA SONRISA: Derrumba barreras, ataca la mala energía del que viene iracundo.
2. LA MIRADA: Unos ojos brillosos demuestran la dulzura y la espiritualidad del ser humano.
3. LA VOZ Y EL TONO: Es hablar despacio y vocalizando las palabras adecuadamente
4. ATENCIÓN TELEFÓNICA: Tenga una actitud de cortesía al contestar el teléfono.
4. IMAGEN TELEFÓNICA: Solo contamos con las palabras, el timbre, de la voz impacta positiva o negativamente con este medio de comunicación.
5. EL USO DE LAS PALABRAS MÁGICAS: recuerde siempre pronunciar a su sus órdenes en que el podemos colaborar, por favor, con mucho gusto, gracias, gracias por su llamada, que tenga un buen día.

Estrategias para Mejorar la Atención al Cliente

Las empresas, dentro de su plan estratégico, posicionan a sus usuarios por encima de todo, muchas veces esta sentencia no se cumple.

1. El usuario por encima de todo. Es el usuario a quien debemos tener presente antes de nada.
2. No hay nada imposibles cuando se quiere. A veces los usuarios solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas, se puede conseguirlo lo que él desea.
3. Cumplir con todo lo que se prometa. Son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener usuarios, pero ¿qué pasa cuando el usuario se da cuenta?
4. Solo hay una forma de satisfacer al usuario, darle más de lo que espera. Cuando el usuario se siente satisfecho al recibir más de lo esperado ¿Cómo lograrlo? Conociendo muy bien a nuestros usuarios enfocándonos en sus necesidades y deseos.
5. Fallar en un punto significa fallar en todo. Puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero que pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega accidentada o si en el momento de empacar el par de zapatos nos equivocamos y le damos un número diferente, todo se va al piso.
6. Un empleado insatisfecho genera usuarios insatisfechos. Los empleados propios son " el primer usuario" de una empresa, si no se les satisface a ellos como pretendemos satisfacer a los usuarios externos.
7. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el usuario. La única verdad es que son los usuarios son quienes, en su mente y su sentir lo califican, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.
8. Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar
9. Si se logró alcanzar las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos.
10. Cuando se trata de satisfacer al usuario, todos somos un equipo

Todas las personas de la institución deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del usuario, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

Muchos líderes concuerdan en que el mal servicio al usuario es el asesino de muchas instituciones, especialmente en términos de pérdida de usuarios, reducción de ganancias y disminución de la moral. Sin embargo, la percepción de la experiencia del consumidor continúa a la baja. Y muchos administradores y directores de instituciones, a pesar de su pasión, dejan al margen la calidad en el servicio al usuario.

2.9 VALORES INSTITUCIONALES PROPUESTOS

Se deben establecer los siguientes valores para mejorar la atención al cliente

Honestidad.- para tener comportamientos transparentes con nuestros semejantes y permitir que la confianza colectiva se transforme en una fuerza de gran valor, para ser honrados, sinceros, auténticos e íntegros.

Justicia.- para reconocer y fomentar las buenas acciones y causas, condenar aquellos comportamientos que hacen daño a los individuos y a la sociedad, y velar para que no se produzcan actos de corrupción.

Respeto.- empezando por el que nos debemos a nosotros mismos y a nuestros semejantes, al medio ambiente, a los seres vivos y a la naturaleza, sin olvidar las leyes, normas sociales y la memoria de nuestros antepasados.

Paz.- para fomentar la confianza en nuestras relaciones con los demás, reaccionar con calma, firmeza y serenidad frente a las agresiones, así como reconocer la dignidad y los derechos de las personas.

Solidaridad.- para que los ciudadanos y ciudadanas colaboren mutuamente frente a problemas o necesidades y conseguir así un fin común, con entusiasmo, firmeza, lealtad, generosidad y fraternidad.

Responsabilidad.- para darnos cuenta de las consecuencias que tiene todo lo que hacemos o dejamos de hacer, sobre nosotros mismos o sobre los demás y como garantía de los compromisos adquiridos.

Tolerancia.- para promover la convivencia pacífica entre las personas, para respetar las opiniones y prácticas de los demás y para reconocer a nuestros semejantes en su individualidad y su diferencia.

Lealtad.- para generar un alto sentido de compromiso que nos permita ser constantes en los afectos, fieles con las personas que queremos, con las que trabajamos y con las ideas con las que nos identificamos.

GLOSARIO

Administrar.- Forma de gobernar, cuidar. Servicio o ejercer algún empleo

Administración.- Acción del poder público al aplicar las leyes y cuidar los intereses públicos.

Diagnosticar.- Determinar una enfermedad mediante el examen de sus signos. Conjunto de signos que sirven para fijar el carácter de una enfermedad. Resultado de diagnosticar algo.

Estrategia.- Arte de dirigir las operaciones militares. Arte de coordinar todo tipo de acciones para la conducción de una guerra o la defensa de un país.

Epistemología.- Estudio crítico del conocimiento científico. A veces se emplea para designar la teoría del conocimiento.

Filosofía.- Conjunto de concepciones sobre los principios y las causas del ser de las cosas del universo y del hombre.

Gestionar.- Hacer diligencias para lograr un fin.

Incidir.- Incurrir en una falta. Contra aquello que va dirigido.

Planificación.- Plan general, científicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado.

Psicología.- Estudia el comportamiento humano.

Pedagogía.- Es la ciencia y el arte de enseñar y aprender.

Pragmatismo.- La validez de la verdad, proviene de sus consecuencias prácticas; es decir, de su utilidad como instrumento de la acción humana.

Talento.- Aptitud para el desempeño de una ocupación o la realización de una cosa

Tecnología.- Conjunto de los conocimientos técnicos y científicos aplicados a la ciencia y la industria.

CAPITULO III: MARCO INVESTIGATIVO

3.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante fidedigna (digna de fe y crédito), para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento. Para obtener algún resultado de manera clara y precisa es necesario aplicar algún tipo de investigación, la investigación está muy ligada a los seres humanos, esta posee una serie de pasos para lograr los objetivos.

En este trabajo, la metodología a aplicarse está orientada a la Dirección Provincial de Educación de Pastaza, para lograr desarrollar estrategias de atención al cliente para mejorar los servicios públicos, detectando los problemas o deficiencias que acontezcan dentro de la institución y luego realizar un análisis sobre los mismos y sugerir una propuesta de mejora para la institución.

Según Carlos Méndez Álvarez: "Cuando un investigador se esfuerza y produce conocimiento sobre una realidad, éste es distinto de otros, porque describe o explica lo que ayer no se conocía: eso es investigación" Según Kerlinger: "La investigación científica es sistemática, controlada, empírica y crítica, de proposiciones hipotéticas sobre las relaciones supuestas entre fenómenos naturales sistemática y controlada para tener confianza crítica en los resultados; empírica, al depositar su confianza en una prueba ajena a él".

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es el plan de acción. Indica la secuencia de los pasos a seguir. Permite al investigador precisar los detalles de la tarea de investigación y establecer las estrategias a seguir para obtener resultados positivos, además de definir la forma de encontrar las respuestas a las interrogantes que inducen al estudio.

De acuerdo al diseño por la dimensión temporal se ha optado por aplicar:

El diseño transversal debido a que es el más utilizado en la investigación por encuesta y entrevistas debido a que en ella se recolecta los datos sobre grupos de sujetos, en un solo momento temporal tratándose así de un determinado corte puntual en el tiempo.

3.3 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación científica posee dos formas, estas se denominan pura y aplicadas y se explican a continuación:

A la investigación pura se le da también el nombre de básica o fundamental se apoya dentro de un contexto teórico y su propósito fundamental es el de desarrollar teorías mediante el descubrimiento de amplias generalizaciones o principios.

A la investigación aplicada se la denomina también activa o dinámica y se encuentra íntimamente ligada a la anterior ya que no depende de sus descubrimientos y aportes teóricos. Busca confrontar la teoría con la realidad.

Se aplicará el tipo de investigación básica en conjunto con los rasgos esenciales de la investigación aplicada, debido a que para visualizar mejor los acontecimientos problemáticos de esta se hace necesario recurrir a la evidencia y solo está la obtenemos en el campo. Algo muy importante de resaltar en la búsqueda del modelo apropiado de investigar, se determinaría que si no se tuviera esta aplicación o forma de investigar, se deduce que son un simple comentario u otro verso mencionado por “alguien de por ahí”.

La investigación que se realizó es exploratoria y concluyente porque permite abordar el problema y averiguar qué está pasando, cuáles son los factores que están afectando la atención al cliente; no es experimental, ya que las variables no van a ser controladas por los investigadores.

Por el nivel de conocimientos, es explicativa porque da respuestas al por qué de la investigación y establece relaciones entre las variables para conocer la estructura y factores que intervienen en el proceso; descriptiva por que analiza e interpreta los diferentes elementos del problema y como se pretende la participación de los sujetos de la investigación, ésta es cuantitativa - cualitativa.

3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por el nivel de conocimiento que se va aplicar a la presente investigación, se ha escogido a la investigación descriptiva o explicativa, debido a que mediante este tipo de investigación, se puede utilizar el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos.

El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

Su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta.

3.5 POR LA CLASE DE MEDIOS UTILIZADOS PARA OBTENER DATOS

El medio a utilizar para ahondar en el tema a investigar es una investigación de campo, las investigaciones de campo son las que se basan en la observación del fenómeno en su medio natural, la información es recolectada en el lugar específico donde acontecen los hechos.

Además este tipo de investigaciones se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

Los estudios de campo se caracterizan porque el proceso de recolección de datos tiene lugar in situ; es decir, vienen a ser datos de primera fuente porque serán recolectados por el investigador mediante la aplicación de instrumentos previamente diseñados a tal fin.

Como es compatible desarrollar este tipo de investigación junto a la investigación de carácter documental, se recomienda que primero se consulten las fuentes de carácter documental, a fin de evitar la duplicidad de trabajos.

3.6 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

El método para la obtención del conocimiento denominado científico es un procedimiento riguroso, de orden lógico, cuyo propósito es demostrar el valor de verdad de ciertos enunciados.

Método y metodología son dos conceptos diferentes. El método es el procedimiento para lograr los objetivos. Metodología es el estudio del método.

Los métodos son el camino para llegar a la verdad o la solución al problema, el investigador debe tener claro cuáles son los métodos teóricos y cuáles son los métodos empíricos y que utilidad representan cada uno de ellos, por lo consiguiente se han seleccionados como métodos teóricos, los siguientes:

Método Inducción-deducción

La inducción consiste en ir de los casos particulares a la generalización. Es un proceso analítico sistemático mediante el cual se parte del estudio del caso, hechos o fenómenos particulares que llegan al descubrimiento de un principio ley general que lo rige.

La inducción permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que marcan el problema de investigación y concluir proposiciones y, a su vez, premisas que expliquen fenómenos similares al analizado.

Así, los resultados obtenidos pueden ser la base teórica sobre la cual se fundamentan observaciones, descripciones o explicaciones posteriores de realidades con rasgos y características semejantes a la investigada.

En base a este método se realizó un análisis de la situación actual de la institución y así se identificó su formación profesional, su participación en el sistema educativo.

Este método permite analizar un fenómeno yendo de lo particular a lo general y es muy útil para la confirmación de las hipótesis; la deducción en cambio es un método que permitirá realizar las demostraciones de un fenómeno yendo del conocimiento general al particular.

3.7 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas de investigación pueden clasificarse en base a dos aspectos:

- ✓ Técnicas de Información primaria
- ✓ Técnicas de Información secundaria

Las técnicas de Información primaria:

Dentro de la información primaria encontramos: Encuestas, entrevistas estructuradas, entrevistas no estructuradas, experimentación, sesiones de grupo, la observación directa, la observación indirecta.

Las técnicas de información secundaria:

Dentro de la información secundaria se considera todo tipo de información de fuentes altamente confiables de las empresas públicas y privadas, centros de educación, medios de alta comunicación, bibliografía, y de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG).

Las técnicas de recolección de datos de fuente primaria que se utilizarán en la investigación son:

- ✓ La entrevista
- ✓ La encuesta

Estas nos permitirán obtener la información para realizar el análisis de las gestiones internas de la institución y así recopilar datos e información para el diseño del modelo de gestión.

3.8 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Se deberá diseñar un instrumento, para obtener la información, que permitirá la respuesta a los objetivos planteados y las preguntas directrices. Los fines de estos instrumentos de recolección de datos será caracterizar el objeto de investigación y determinar la factibilidad de la propuesta.

3.8.1 Entrevista

Es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideran fuentes de información. Es una de las técnicas más usuales en ciencias sociales. Puede definirse como la relación que se establece entre el investigador y los sujetos de estudio. A diferencia de la encuesta, que se ciñe en un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma puede profundizarse la información de interés para el estudio.

Objetivos de la entrevista:

- ✓ Obtener información sobre el objeto de estudio.
- ✓ Describir con objetividad situaciones o fenómenos.
- ✓ Interpretar hallazgos.
- ✓ Plantear soluciones.

Los pasos de la entrevista. Son: planeación, ejecución, control y cierre.

3.8.2 Encuesta

Es una técnica que a través de preguntas sirve para recabar información acerca de las variables, medir opiniones, conocimientos y actitudes de las personas.

La información que se obtiene puede ser útil para relacionar variables. Cuando la encuesta cubre toda la población se denomina CENSO y cuando se refiere a una parte de ella, se la denomina ENCUESTA MUESTRAL.

3.8.3 Encuesta personal

En la encuesta personal existe un contacto directo entre el entrevistador y el entrevistado, con el fin de obtener la información requerida. Este contacto puede darse en el domicilio del encuestado, en su lugar de trabajo, en un establecimiento, en la calle, o en cualquier otro lugar público. Esta técnica permite un elevado porcentaje de respuestas, ya que el contacto directo ayuda a conseguir una mayor colaboración. Además, como la conversación se realiza cara a cara, en las respuestas no pueden influir terceras personas.

Por otra parte, en muchas ocasiones es importante poder utilizar material de apoyo que ayude a conseguir la información necesaria: fotos, catálogos, anuncios, tarjetas, etc.; de hecho, a veces es interesante la obtención de más datos que los que se plantean exclusivamente en el cuestionario, por ejemplo las características del domicilio del encuestado, o alguna marca o producto que se esté utilizando en ese momento.

La encuesta que se realizó se centró en dos tipos de personas: los empleados institucionales (funcionarios de la institución) y los múltiples usuarios que requieren del servicio de la misma.

3.8.4 Cuestionario

El cuestionario supone su aplicación a una población bastante homogénea, con niveles similares y problemática semejante. La formulación de estas preguntas dependió de la índole del problema que se quiere estudiar y de los aspectos por formular. Cognitivamente se ha aplicado preguntas cerradas direccionando de cierta forma al encuestado a dar una respuesta más exacta. Así mismo se ha recogido preguntas con alternativas de la escala de Likert.

3.8.5 Escala de actitud de LIKERT

“Desarrollada por Rensis Likert en 1930 ha probado ser un instrumento de medición de alta confiabilidad y validez. En su forma original, se compone de afirmaciones o juicios, sin embargo, en la actualidad también se habla de escala

Likert con preguntas.

Los puntos escalares a los que se refiere la definición, hacen relación a las diferentes alternativas de respuesta propias de la escala, que el individuo debe elegir, en función de su nivel apreciación del objeto de actitud.

Existen varias alternativas para presentar los puntos escalares. A saber:

1. Alternativa 1:

- ✓ Muy de acuerdo
- ✓ De acuerdo
- ✓ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- ✓ En desacuerdo
- ✓ Muy en desacuerdo

2. Alternativa 2:

- ✓ Totalmente de acuerdo
- ✓ De acuerdo
- ✓ Neutral
- ✓ En desacuerdo
- ✓ Totalmente en desacuerdo

3. Alternativa 3:

- ✓ Definitivamente si
- ✓ Probablemente si
- ✓ Indeciso
- ✓ Probablemente no
- ✓ Definitivamente no

4. Alternativa 4:

- ✓ Completamente verdadero
- ✓ Verdadero
- ✓ Ni falso ni verdadero
- ✓ Falso
- ✓ Completamente falso

Dentro de las técnicas de recolección de datos y con el fin de acercarnos a una realidad con la información recogida se optó por aplicar:

1. Una observación de tipo estructurada y oculta;
2. Una entrevista de grupo estandarizada o estructurada; y,
3. Una encuesta a través de un cuestionario de preguntas.

Todas estas técnicas de recolección de información están adaptadas en función de la necesidad del investigador, por lo tanto su aplicación validará lo aquí planteado.

3.9 POBLACIÓN Y MUESTRA

Universo es la totalidad de unidades de análisis a investigar, que por su similitud de características son miembros de un grupo particular, no siempre es posible recoger datos a todos los elementos del universo, en este caso debemos acudir a una parte de él, la misma que debe ser representativa, es decir que en lo posible reúna las características de la población, a esta fracción se la conoce como muestra. Tomando a consideración el grupo a encuestar, se recoge el total de la población de los habitantes de la provincia de Pastaza, siendo en número 83.933 habitantes, determinados en esta encuesta como usuarios que requieren el serbio de la institución. }

3.10 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

A medida que se va desarrollando el tema de investigación, planteando la problemática, recopilando información bibliográfica para respaldar la teoría, se procederá a verificarla por medio de las técnicas aquí planteadas. Por lo consiguiente se realizará en primer lugar la determinación de la muestra, en segundo lugar las encuestas, luego entrevistas y así consecutivamente hasta efectuar su respectivo análisis y obtener los resultados requeridos para proceder con el planteamiento de la propuesta.

3.11 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La Dirección de Educación Hispana de Pastaza, es una institución que rige a las instituciones educativas de nuestra provincia por tal razón es importante que los servicios que presta sean de calidad, al igual que la atención que brinda a sus usuarios

tengan el respeto, consideración y cordialidad indispensables que cada persona se merece.

El presente trabajo investigativo se enfoca en proponer nuevas estrategias para la optimización del servicio al cliente en la Dirección de Educación Hispana de Pastaza en este periodo 2013.

Las mismas que serán planteadas luego de realizar un diagnóstico interno de la institución, mediante el análisis FODA de la misma, resaltando de manera especial las fortalezas y oportunidades que posee la institución y que con las estrategias propuestas se las tome como un impulso para el crecimiento de la Dirección de Educación, en cuanto a brindar un buen servicio y atención al usuario se refiere.

Se toma también de manera relevante datos estadísticos que son producto de las encuestas realizadas a la población que recibe los servicios que la institución presta, de igual forma estas encuestas fueron aplicadas al personal que labora en la misma, los resultados obtenidos nos llevan a priorizar la necesidad de implementar estrategias para el mejoramiento del servicio al usuario dentro de la institución.

Formula

(Duigou, 2010) Partiendo de los postulados estadísticos, se ha determinado mediante la fórmula de muestreo aleatorio, que del total de los usuarios de la Dirección de Educación Hispana de Pastaza ascienden aproximadamente a 4000 usuarios diarios, para determinar la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

Tabla 1. Datos para la formula

N	Tamaño muestra
z	Confianza (1,96) 95% desviación estándar
p	Probabilidad evento ocurra 0,50
Q	Probabilidad que no ocurra el evento 1-p
E	Margen de error 0.05

Elaborado por: Marjorie Isabel Haro Olivo

Para realizar el siguiente cálculo correspondiente se aplicó la siguiente fórmula y se reemplazó los valores correspondientes en la misma.

$$n = \frac{Z^2 P * Q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 P * Q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50)4000}{(0.05)^2(4000-1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$
$$n = \frac{399.0800000}{1.457900000}$$
$$= 351$$

Habiéndose determinado una muestra de 351 personas aproximadamente, se ha determinado solo analizara 300 usuarios, ya que muchos de los usuarios no cumplen con la fecha programada para la cita y hacen variar el total atendidos.

Para determinar el estado actual de las actividades en las que se la dirección de Educación Hispana de Pastaza, se ha requerido levantar información a los usuarios y empleados, en los que los resultados permitirá visualizar los grados de insatisfacción que tiene los clientes en cuanto a los servicios, para lo cual se efectuará una encuesta.

3.12 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1. ¿Conoce usted si existe un manual de atención al usuario al interior de esta institución?

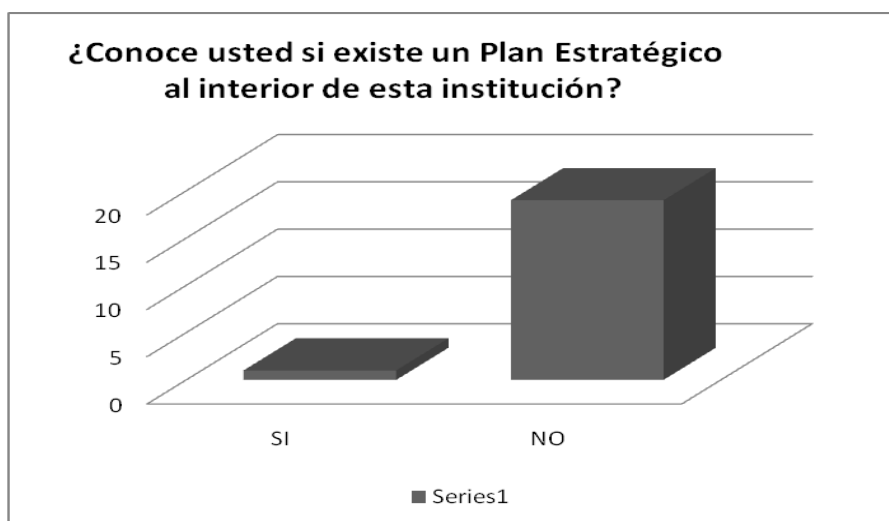
Tabla 2. Manual de atención al usuario

Variables	Frecuencia
SI	1
NO	19

Fuente: Datos de encuesta

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 2. Manual de atención al usuario



Fuente: Datos de encuesta

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

Al observar estos resultados, la mayoría de los empleados encuestados contestan que no existe un manual de atención al usuario al interior de la institución; es así como nos preocupa estos resultados porque la falta de esta herramienta quizá sea el que incida para que en la Institución exista una gestión lenta por parte de las autoridades y no se logre alcanzar los objetivos, metas y propósitos a que toda Institución tenga derecho para ofertar una educación íntegra y de calidad.

2. ¿Son muy importantes los beneficios administrativos que proporciona la atención al usuario a una institución?

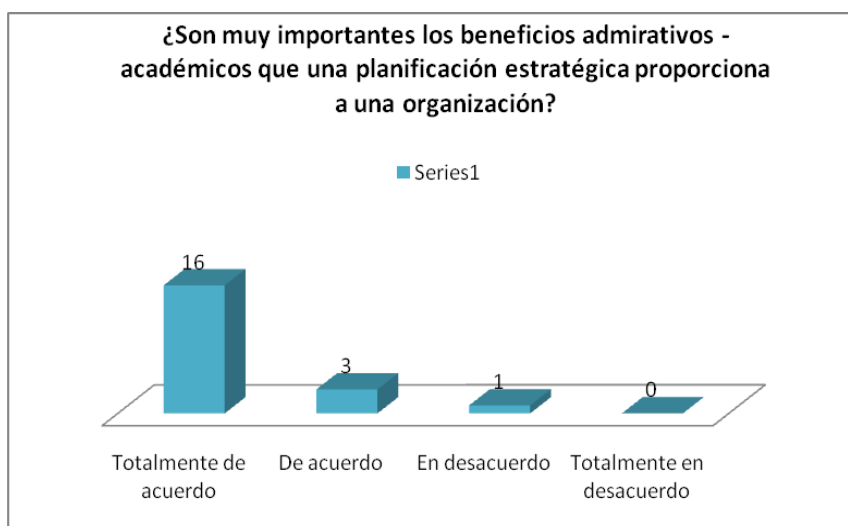
Tabla 3. Beneficios administrativos

Variables	Frecuencia
Totalmente de acuerdo	16
De acuerdo	3
En desacuerdo	1
Totalmente en desacuerdo	0

Fuente: Datos de encuesta

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 3. Beneficios administrativos



Fuente: Datos de encuesta

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

Resulta alentador conocer que la mayor parte de los encuestados están de acuerdo y piensan que es muy importante realizar un plan de atención al usuario para alcanzar los beneficios Administrativos. Estos resultados nos hacen pensar entonces que los empleados están dispuestos a colaborar y apoyar con la elaboración y aplicación de una propuesta que permita generar un cambio político que beneficie al estudiante.

3. ¿Estaría usted dispuesto a participar en la elaboración una propuesta para mejorar la atención al usuario en la dirección de educación hispana de Pastaza?

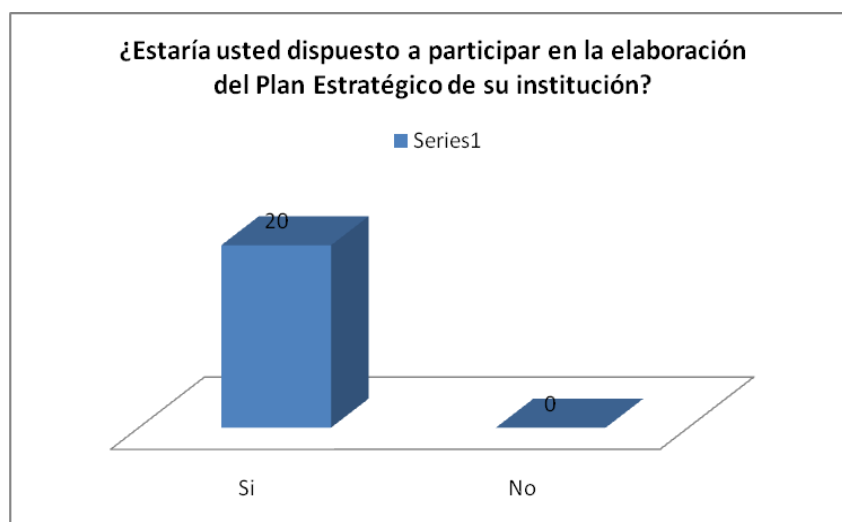
Tabla 4. Elaboración una propuesta para mejorar la atención al usuario

Variables	Frecuencia
Si	20
No	0

Fuente: Datos de encuesta

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 4. Elaboración una propuesta para mejorar la atención al usuario



Fuente: Datos de encuesta

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

Estos resultados son motivantes al observar que todos Empleados encuestados están dispuestos a participar en la elaboración de una propuesta para la Institución, debiendo entonces las autoridades, tomar muy en cuenta la predisposición del personal para elaborar una propuesta y así buscar alternativas de solución conjuntas a los varios problemas y necesidades que mantiene la institución. Solo falta prender la llama del entusiasmo para que todos pongamos en marcha nuestros conocimientos y logremos una gestión administrativa de calidad.

4. ¿Considera usted que un modelo de atención al usuario ayudará a mejorar la Gestión Administrativa?

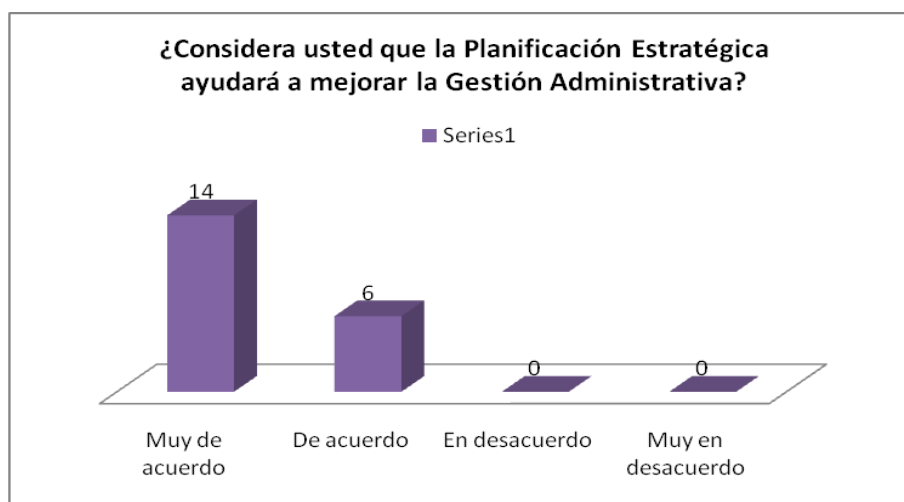
Tabla 5. Modelo de atención al usuario

VARIABLES	Frecuencia
Muy de acuerdo	14
De acuerdo	6
En desacuerdo	0
Muy en desacuerdo	0

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 5. Modelo de atención al usuario



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

Analizando la información obtenida, permite darnos cuenta que 14 encuestados mencionan que un modelo de atención al usuario ayudará a mejorar la gestión administrativa. Con la aplicación de este proceso se conseguirá mejorar la oferta educativa, buenas relaciones humanas y demás parámetros indicadores de calidad; por lo que deducimos, que todo el personal está de acuerdo en la elaboración de una propuesta y su consiguiente aplicación.

5. ¿Considera que es necesario un nuevo modelo de gestión administrativa, para mejorar la calidad de Atención Al Usuario?

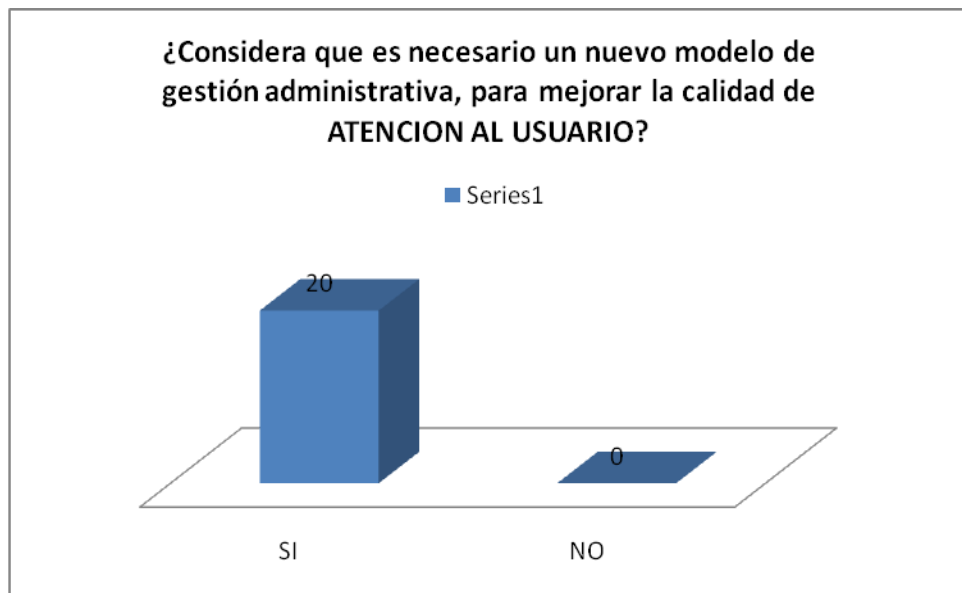
Tabla 6. Nuevo modelo de gestión administrativa

VARIABLES	FRECUENCIA
SI	20
NO	0

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 6. Nuevo modelo de gestión administrativa



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

Los encuestados en su totalidad afirman que es necesario un modelo de gestión administrativa para mejorar la calidad de educación y con su aplicación mejoraría la atención a los estudiantes, maestros y padres de familia, de parte de las Autoridades que conforman la Institución. Por consiguiente todos los que conforman la institución, deben ser los gestores de trabajar en equipo en beneficio del prestigio institucional.

6. ¿Su calificación a la atención al usuario es:

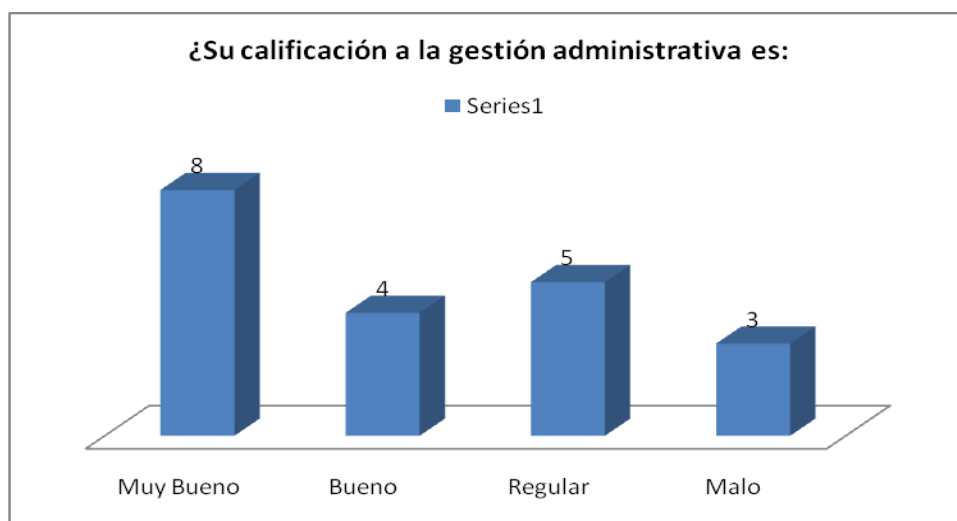
Tabla 7. Calificación a la atención

Variables	Frecuencia
Muy Bueno	8
Bueno	4
Regular	5
Malo	3

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 7. Calificación a la atención



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

Estos resultados obtenidos de la respuesta de los encuestados nos sirven de orientación para que analicemos cómo se califican a la gestión administrativa de la Institución como muy buena. Un mayor porcentaje lo considera bueno, regular y malo mostrando claramente que los empleados no están muy de acuerdo con la gestión por parte de las autoridades, siendo esto uno de los parámetros que nos indican para buscar el cambio y la transformación de las estructuras establecidas para las gestiones por parte de las autoridades de esta Institución.

7. ¿La administración actual ejecuta técnicas para atender al usuario y optimizar su atención al cliente?

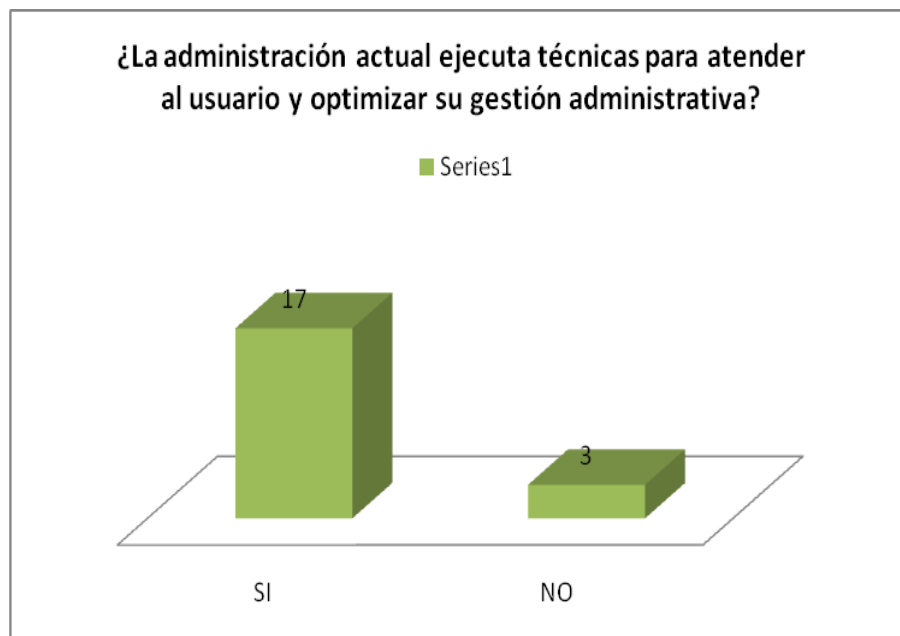
Tabla 8. Técnicas para atender

Variables	Frecuencia
SI	17
NO	3

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 8. Técnicas para atender



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

Es desalentador obtener estos resultados en los que aproximadamente el 75% de los encuestados manifiestan que la administración actual ejecuta técnicas de atención al usuario. En un menor porcentaje contestan que no se lo hace debido a un desconocimiento de estrategias de atención. De este modo nos permite darnos cuenta que en la Institución se administra con personal de buenas relaciones humanas.

8. ¿El trabajo de los empleados es sistemático y en equipo?

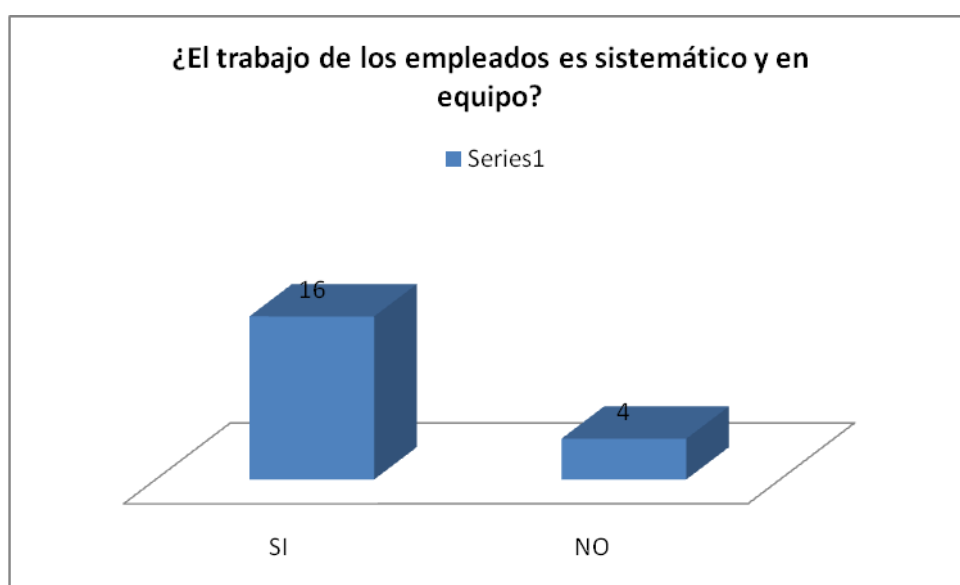
Tabla 9. El trabajo de los empleados

VARIABLES	FRECUENCIA
SI	16
NO	4

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 9. El trabajo de los empleados



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

La mayor parte de los empleados encuestados indica que el trabajo es en equipo. Ciertamente, debemos tomar en cuenta que no existe un modelo a copiar pero hay que crear uno nuevo. Las Autoridades educativas deben propiciar para iniciar una escuela con experiencias que sean el fruto de la capacidad y la creatividad del equipo.

9. ¿La capacitación sobre atención al usuario que recibió en su área por parte de la institución fue hace?

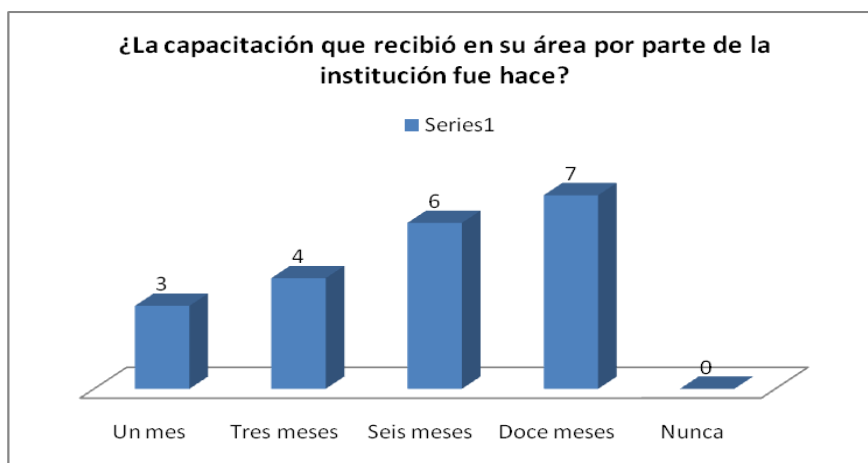
Tabla 10. Capacitación sobre atención al usuario

Variabes	Frecuencia
Un me5s	3
Tres meses	4
Seis meses	6
Doce meses	7
Nunca	0

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 10. Capacitación sobre atención al usuario



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la opinión de los encuestados, es lamentable que no reciban capacitación periódica en su área, por lo menos así lo confirman más de la mitad de los encuestados. Otro considerable porcentaje opina que recibió su capacitación hace dos o tres meses demostrando así que, no hay una planificación por parte de los Administradores Educativos como una de las políticas institucionales para motivar a la capacitación y poder contar con maestros actualizados y con actitud diferente.

10. ¿La institución reconoce y estimula el mejoramiento de la atención al usuario?

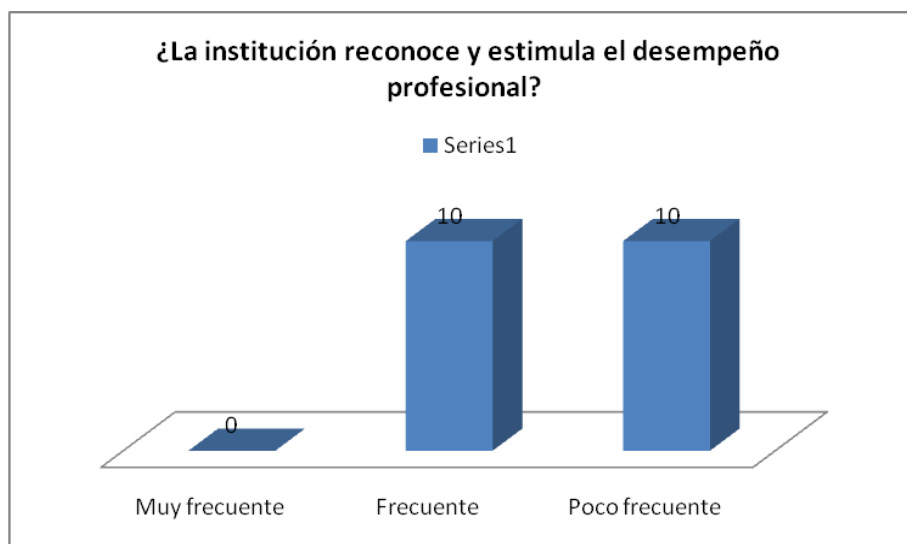
Tabla 11. Estimula el mejoramiento

Variables	Frecuencia
Muy frecuente	0
Frecuente	10
Poco frecuente	10

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 11. Estimula el mejoramiento



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

La mayor parte de los encuestados consideran que la institución no reconoce el desempeño profesional de los empleados.

Para que exista el deseo de trabajar en bien de la niñez y la juventud, la institución debe estimular, sobre todo si el empleado logra algún reconocimiento en bien de la imagen institucional.

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS PADRES DE FAMILIA.

1. ¿Conoce usted si la Dirección de Educación tenga planificación estratégica para atender al Usuario?

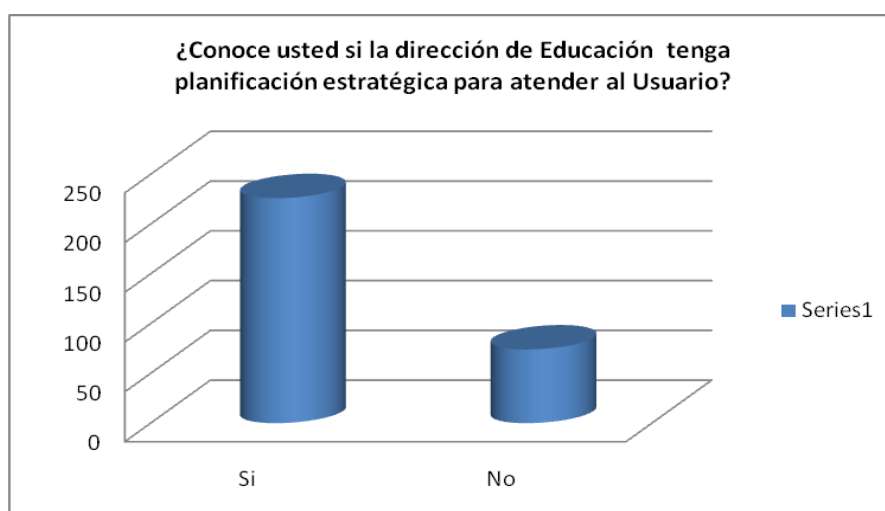
Tabla 12. Dirección de Educación tiene planificación estratégica

Variables	Frecuencia
Si	226
No	74

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 12. Dirección de Educación tiene planificación estratégica



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

La mayoría manifiestan que la institución no cuenta con una planificación estratégica, siendo esto preocupante; por un lado, porque toda Institución debe poseer su planificación para así propender al adelanto y desarrollo de la misma; por otro, quizás los encuestados no están al tanto de lo que significa Planificación Estratégica para mejorar la atención al usuario.

2. ¿Principales inconvenientes que tiene la Dirección de Educación?

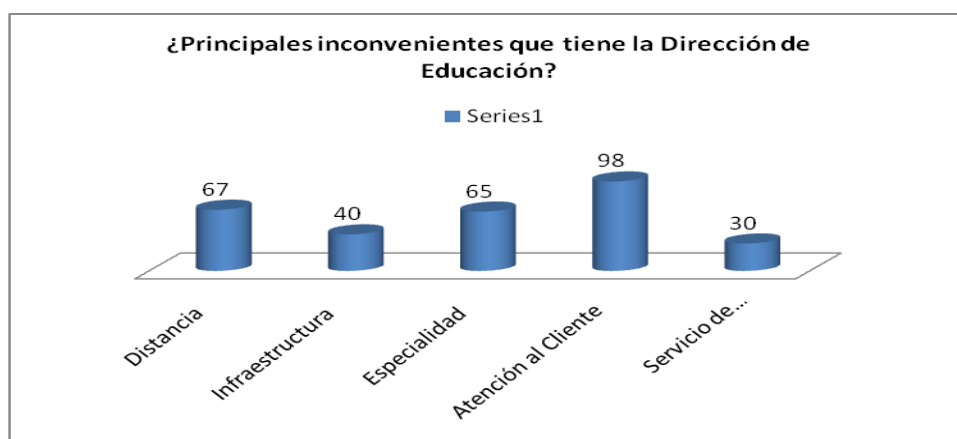
Tabla 13. Principales inconvenientes

Variables	Frecuencia
Distancia	67
Infraestructura	40
Especialidad	65
Atención al Usuario	98
Servicio de Educación	30

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 13. Principales inconvenientes



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

La mayoría de los encuestados contestan que el principal problema de la institución es la atención que reciben por parte del personal de la dirección de educación no es la adecuada y creen que deberían ser capacitados y realizar un plan estratégico o reglamento para facilitar los procesos. Por los resultados observados las autoridades deben unir esfuerzos para mejorar y garantizar el servicio y lograr incorporar un mayor número de usuarios y que se sientan satisfechos por los servicios que brinda la institución en el área educativa.

3. ¿La educación que oferta la institución es?

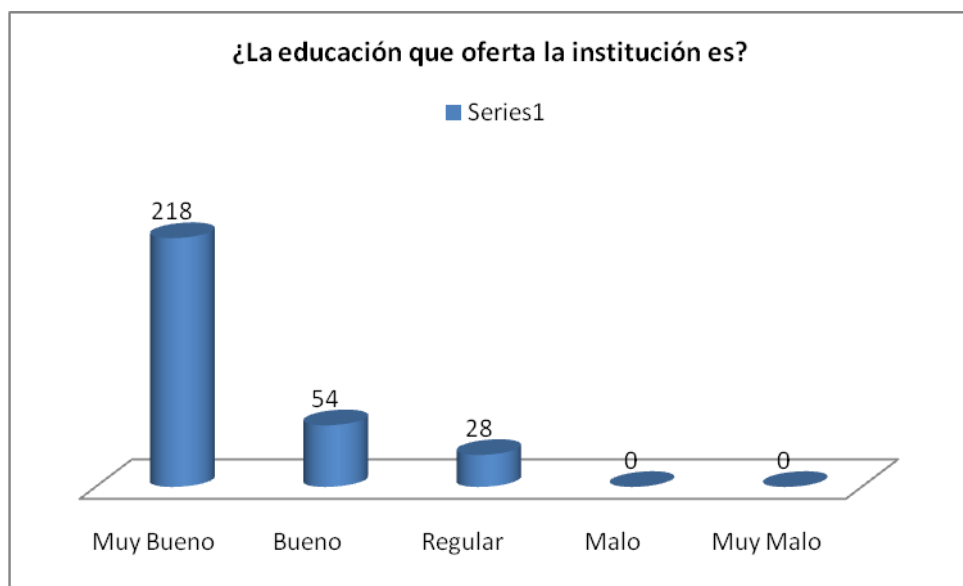
Tabla 14. Educación que oferta la institución

Variables	Frecuencia
Muy Bueno	218
Bueno	54
Regular	28
Malo	0
Muy Malo	0

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 14. Educación que oferta la institución



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

La comunidad encuestada en su mayoría lo califica de muy buena, siendo obligación de la institución garantizar una educación de calidad para satisfacción de los usuarios del servicio.

4. ¿Considera usted que los empleados se capacitan?

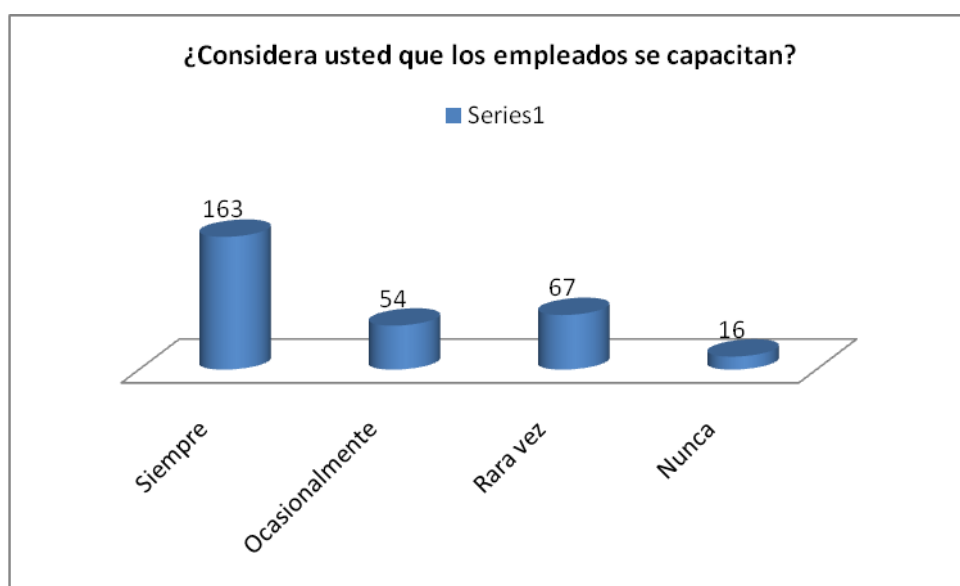
Tabla 15. Los empleados se capacitan

Variables	Frecuencia
Siempre	163
Ocasionalmente	54
Rara vez	67
Nunca	16

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 15. Los empleados se capacitan



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

La población encuestada en un alto porcentaje considera que los empleados se capacitan siempre pero no se especifica en que especialidad. Estos resultados nos indican que los maestros deberían estar en constante capacitación específica para así ofrecer a sus usuarios una atención efectiva, eficaz y excelente.

5. ¿Existen puestos con títulos de acuerdo al lugar de trabajo?

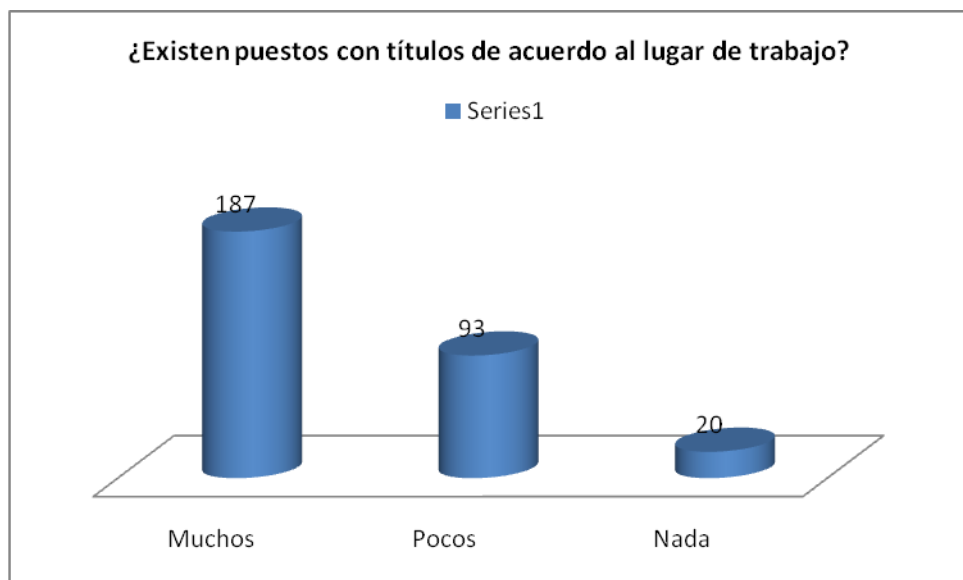
Tabla 16. Puestos de acuerdo al lugar de trabajo

Variables	Frecuencia
Muchos	187
Pocos	93
Nada	20

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 16. Puestos de acuerdo al lugar de trabajo



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

La mayor parte de los encuestados contestan que en la Institución existen pocos docentes capacitados de acuerdo a sus puestos de trabajo. Repercutiendo en la falta de confiabilidad de los usuarios. Es necesario que los empleados mejoren sus títulos de acuerdo a las áreas que existen en la institución.

6. ¿Qué debe mejorar la institución?

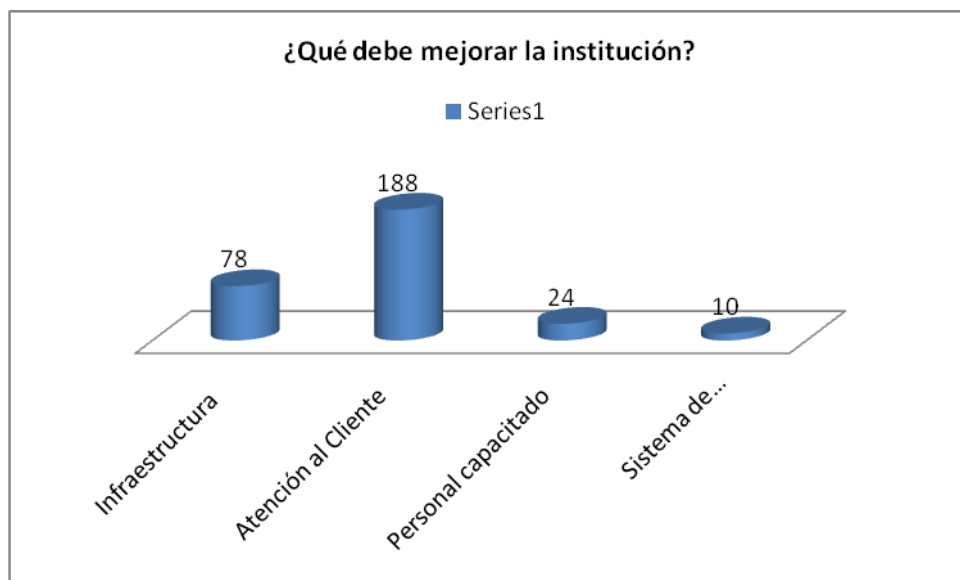
Tabla 17. Qué debe mejorar la institución

Variables	Frecuencia
Infraestructura	78
Atención al Usuario	188
Personal capacitado	24
Sistema de Documentación	10

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 17. Qué debe mejorar la institución



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

Mayoritariamente concuerdan y es notorio darse cuenta que la comunidad encuestada manifiesta que la institución debe mejorar la atención al usuario y en menor escala su infraestructura.

7. ¿Con los valores que fomenta la institución ha notado el cambio de comportamiento en el público?

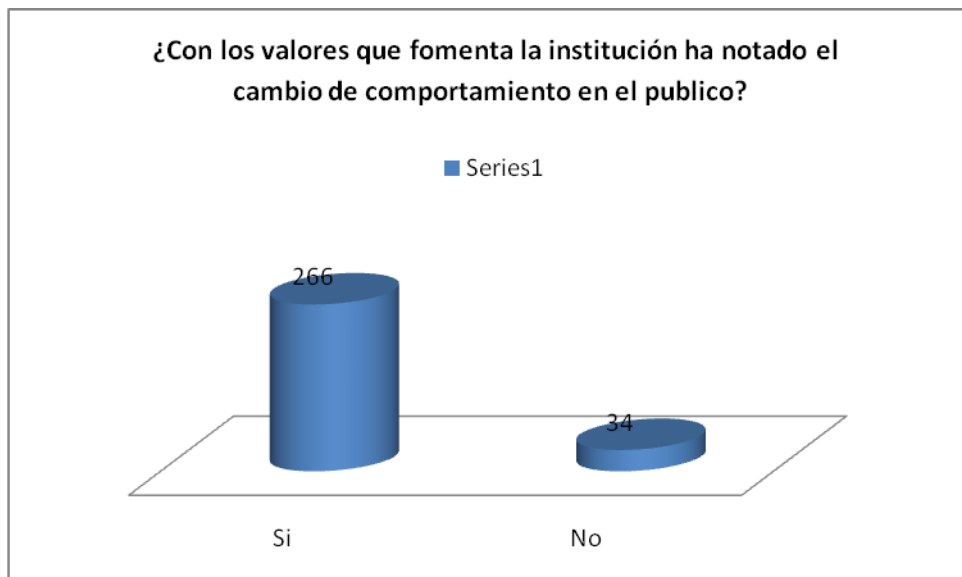
Tabla 18. Valores que fomenta la institución

Variables	Frecuencia
Si	266
No	34

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 18. Valores que fomenta la institución



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

Manifiestan en su mayoría que no existen cambios en el público y que se atiende en una forma desordenada y su comportamiento se debe a la agilidad de los servicios. Es preocupante para las Autoridades cuidar la imagen institucional y lograr una de las fortalezas que aún no se ha logrado en su vida institucional.

8. ¿Los trámites en la institución son?

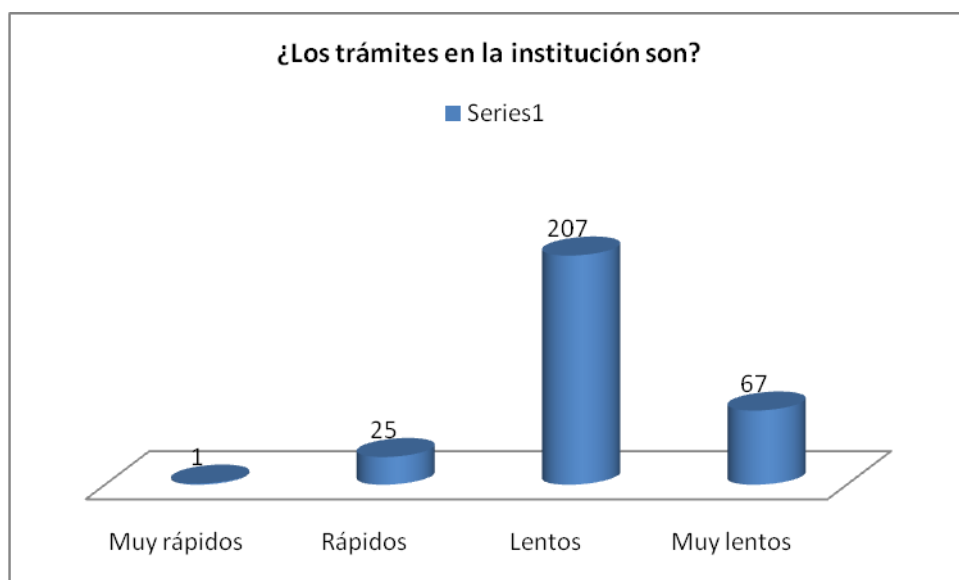
Tabla 19. Trámites en la institución

Variables	Frecuencia
Muy rápidos	1
Rápidos	25
Lentos	207
Muy lentos	67

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 19. Trámites en la institución



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

El criterio de los padres de familia encuestados en un mayor porcentaje indica que los trámites en la institución son lentos. Esta opinión permite darnos cuenta que el personal que labora en las Dependencias con que cuenta la institución, necesita capacitarse en materia de atención al usuario para que los trámites se realicen con prontitud y eficacia.

9. ¿El costo del servicio en la institución es?

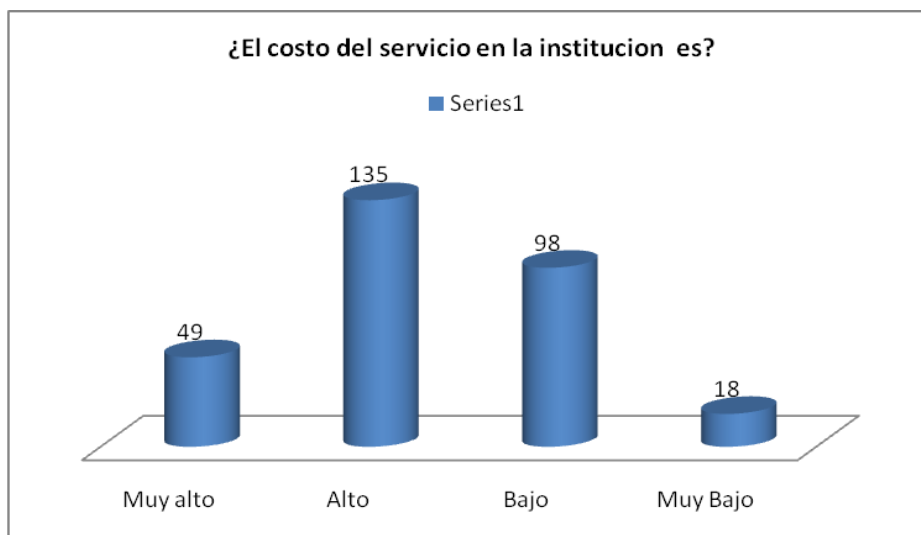
Tabla 20. Costo del servicio en la institución

VARIABLES	FRECUENCIA
Muy alto	49
Alto	135
Bajo	98
Muy Bajo	18

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 20. Costo del servicio en la institución



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

Según la opinión de los padres de familia que fueron encuestados un alto porcentaje indica que los costos del servicio en la institución son altos. Estas respuestas nos causan preocupación ya que la Institución recibe usuarios de escasos recursos económicos siendo sus padres emigrantes del sector rural en su mayoría; razón por la que es nuestra obligación analizar estos criterios para evitar el aumento del gasto familiar.

10. ¿Cómo califica usted la atención al usuario de la institución?

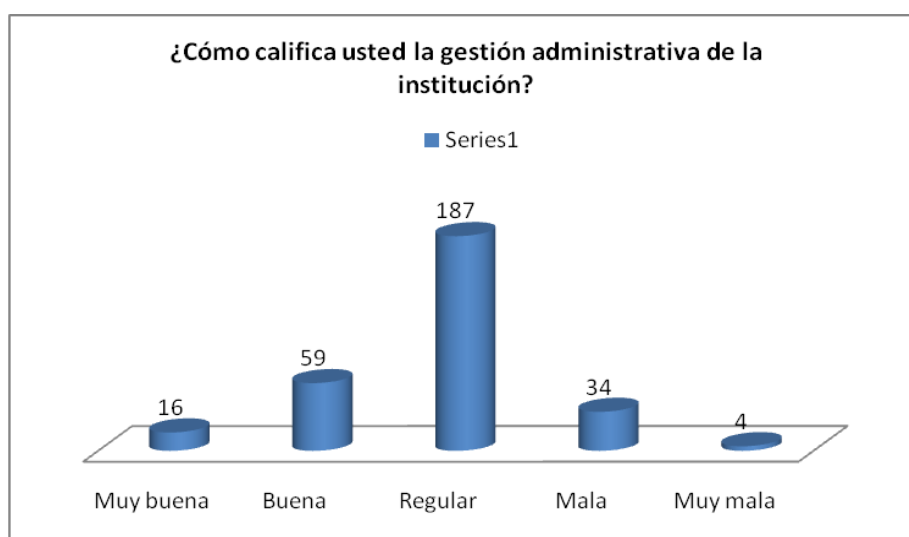
Tabla 21. Atención al usuario de la institución

Variabes	Frecuencia
Muy buena	16
Buena	59
Regular	187
Mala	34
Muy mala	4

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Figura 21. Atención al usuario de la institución



Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Análisis e interpretación:

A decir de los padres de familia en su criterio mayoritario manifiestan que la gestión administrativa en esta Institución es regular. En muy poco porcentaje opinan que es buena. Estas respuestas permiten claramente darnos cuenta que es necesario pulir algunas asperezas existentes en la gestión de parte de las autoridades con el único propósito de alcanzar una gestión de calidad en beneficio de la niñez y juventud estudiantil.

3.12.1 Análisis de Resultados Generales

A través del mejoramiento de la calidad en el servicio al cliente la empresa logrará mantener su reputación, fidelizar y atraer nuevos clientes con el fin de ser una institución líder en la prestación de servicios.

Por esta razón la Estrategia de Servicio al Cliente son las variables que permitieron, mediante el diagnóstico realizado, llegar a las siguientes conclusiones: Se encontró que la organización no se está preocupando por diseñar estrategias de atención al cliente que permitan a la institución proponer soluciones asertivas a los cambios del entorno.

También que la institución no se está preocupando por medir la satisfacción de sus clientes con el fin de diseñar estrategias que permitan a cada área cumplir las expectativas propuestas. Por otro lado, el diagnóstico demostró que la dirección de educación no se está interesando por innovar en los servicios que presta a los usuarios con tecnología de punta.

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario decir que el factor humano es indispensable para cualquier estrategia ya que es éste el que pone en marcha a la institución. Por eso, el diagnóstico nos muestra que vale la pena invertir en el capital humano.

A partir del diagnóstico se logró identificar que tanto empleados como colaboradores y clientes señalan que es necesario replantear las estrategias de comunicación, promoción y servicio al cliente, es decir, es indispensable replantear la manera como se ha venido trabajando en el departamento de arrendamientos.

Según el diagnóstico, la empresa debe buscar nuevas estrategias que le permitan innovar y desarrollar planes tanto interna como externamente con el objetivo de mejorar la calidad en el servicio al cliente.

Por otro lado, y según el análisis, la empresa debe hacer una inversión importante en el talento humano, ya que es solo este el que puede poner en marcha cualquier tipo de estrategia.

En los resultados de las encuestas se puede determinar que la gran mayoría de empleados y clientes de la dirección de educación están de acuerdo en que es necesario que la empresa desarrolle nuevas estrategias para mejorar la calidad en el servicio, que tenga en cuenta nuevos medios y canales de distribución para poder llegar a un mayor número de clientes.

Por otro lado la gran mayoría de los encuestados estuvieron de acuerdo en que la institución debe ser innovadora y estar dispuesta a atender cualquier inquietud o queja en cualquier momento.

En cuanto a la atención por parte del personal de la institución en general, la gran mayoría estuvo de acuerdo en que es indispensable hacer las capacitaciones pertinentes con el fin de garantizar un mejor servicio.

A su vez, las encuestas también reflejaron que no existe un servicio a las quejas y reclamos de los clientes

Los resultados de las encuestas también demuestran que el servicio al cliente es deficiente; no hay una dinámica en la comunicación

Así como tampoco existe una retroalimentación entre los empleados de la institución y por esta razón los procesos son lentos y la comunicación es deficiente.

3.12.2 Matriz de Triangulación de Variables en la Encuesta a Clientes

Tabla 22. Matriz de Triangulación de Variables en la Encuesta

VARIABLES VS HERRAMIENTAS	PREGUNTAS	ANÁLISIS PORCENTUALES
Encuesta a clientes	1. ¿Conoce usted si la dirección de Educación tenga un manual de atención al Usuario?	El 75% de los clientes piensa que la institución necesita un manual de atención al usuario; sin embargo el 25% cree lo contrario y se siente satisfecho con las actividades que realizan
	2. ¿Principales inconvenientes que tiene la Dirección de Educación?	El 33% señala que la atención al cliente es el principal inconveniente de la institución, mientras que un 22% señala que la distancia del lugar y otro 22% menciona que no hay personas especializadas en las actividades que realizan, un 13% manifiesta que la infraestructura no es acorde a las necesidades del cliente y un 10% culpa al sistema de educación.
	3. ¿La educación que oferta la institución es?	El 73% cree que la educación es muy buena mientras el 18% opina que es buena en lo que se trata de la educación mientras un 9% opina que es regular.
	4. ¿Considera usted que los docentes son capacitados?	Las encuestas realizadas afirman que los docentes son capacitados en un 55% mientras en un 22% responde que rara vez y en un 18% afirma que ocasionalmente mientras que un 5% lo dice afirmativamente q nunca.
	5. ¿Existen puestos con títulos de acuerdo al lugar de trabajo?	El 62% considera que en la dirección de educación cuenta con muchos empleados con títulos de acuerdo a su puesto de trabajo para satisfacer las necesidades de los clientes mientras que el 31% piensa que hay pocos profesionales afines a su puesto y un 7% señala que sus títulos no son adecuados para el puesto que ocupan.
	6. ¿Qué debe mejorar la institución?	El 63% señala que se debe mejorar la atención al cliente, el 26% señala que debe mejorar la infraestructura, el 8% establece que se debe mejorar al personal de la institución y sólo el 3% piensa que el

	sistema en el manejo de documentos es inapropiado para la dirección de educación.
7. ¿Con los valores que fomenta la institución ha notado el cambio de comportamiento	El 89% piensa que los valores que fomenta la institución a mejorado la calidad en el servicio mientras que sólo el 11% dice lo contrario.
8. ¿Los trámites en la institución son?	El 69% resuelva de los tramites en la institución son lentos mientras que un 22% señalan que son muy lentos y un 9% lo defiende diciendo que sí lo hace de forma rápida, un 0% considera que son muy rápidos.
9. ¿El costo del servicio educativo en la institución es?	El 45% cree que el costo de la educación es alto mientras el 33 % opina que es bajo y accesible en lo que se trata de la educación mientras un 16 % opina que es muy alto en relación al costo de la vida y solamente el 6% considera que es muy bajo.
10. ¿Cómo califica usted la atención al cliente de la institución?	El 63% señala que la atención al cliente es el regular, mientras que un 20% señala que es buena y otro 11% menciona que son malas las actividades que realizan, un 5 % manifiesta que es muy buena y un 1 % señala que es muy mala

Fuente: Datos de encuestas

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

CAPITULO IV: PROPUESTA

4.1 ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN HISPANA DE PASTAZA DURANTE EL PERIODO 2013

4.1.1 Resumen Ejecutivo

Pese a los resultados obtenidos, se ha logrado obtener una serie de conclusiones de la situación que vive actualmente la institución en cuanto al tema de Servicio se refiere: La propuesta es una iniciativa creada con el apoyo del Dirección de educación de Pastaza; para definir una estrategia de cambio basada los principios de atención al cliente y la investigación realizada durante el año 2013.

El presente documento representa el fruto de 12 meses de trabajo a través de trabajos de campo con los usuarios de esta institución y con el apoyo del Equipo Humano que integra el Área administrativa.

El trabajo realizado con los Usuarios, consistió en desarrollar encuestas, el cuál evaluó atributos importantes del Servicio al personal y usuarios: Modelo de gestión, Servicio y Atención, Cumplimiento, Calidad, costos, Tiempos de espera y Garantía de los servicios.

- ✓ Es indispensable que el modelo propuesto se oriente a toda la Organización y no solamente al Área administrativa.
- ✓ La Subestimación de las opiniones que da el Cliente, ya que sus afirmaciones son demasiado negativas en cuanto al Servicio prestado, y la institución no genera nada frente a esta situación.
- ✓ La falta de planificación de la creación y utilización de una propuesta estratégica orientada al Servicio y la Atención al Cliente, que conduce a una dispersión de esfuerzos, resultados decepcionantes y clientes descontentos.

Los nuevos objetivos propuestos son:

1. Plantear una nueva misión y visión de la institución, donde se contemplen claramente a los beneficiarios y lo que ellos desean; para así tener metas, objetivos y planes claros y alcanzables para la Institución para dar atención al usuario (Profesores, Padres de familia, alumnos y público en general)
2. Proponer una estrategia en el Servicio que pueda ofrecer rapidez en la atención, eficiencia y servicio con calidad humana y cumplimiento, así se tendrán clientes satisfechos y fieles.
3. Establecer un cambio en la estructura organizacional, con el fin cambiar la forma de pensar de la dirección, para que se concienticen que, si bien el beneficiario no siempre tiene la razón, si siempre esta primero.
4. Crear una modelo de servicio administrativo para los clientes, para garantizarles una buena Asistencia dentro de los lineamientos de satisfacción eficiencia, calidad, cumplimiento y garantía.

4.1.2 Estructura de la propuesta

Son el conjunto de estrategias que se aplicaran para optimizar el servicio y la atención al cliente que presta la Dirección de Educación Hispana de Pastaza, las mismas que se detallan en el desarrollo de este trabajo de investigación después de haber realizado un diagnóstico de la situación actual de la institución y a la vez aplicando técnicas de investigación como las encuestas que se emplearon con los usuarios externos de la institución y el personal que labora en la misma, es como se llegó a la conclusión de que es muy urgente la implementación de nuevas estrategias o métodos que nos lleven a la mejora del servicio al usuario en la Dirección de Educación.

4.1.3 Antecedentes de la propuesta

Mejorar la calidad del servicio al usuario mediante la aplicación de Las estrategias propuestas para la Optimización del Servicio al usuario en la Dirección de Educación de Pastaza, la misma que está destinada a realizar cambios en cuanto a la innovación y mejoría del servicio se refiere, así como también al estímulo, motivación y mejor trato al personal que labora en la institución, ya que a medida que el tiempo avanza, el nivel tecnológico aumenta, y todo se convierte en un servicio mecanizado, y tanto

el personal, como sus directivos deben adoptar una manera de pensar y actuar más globalizada, fijándose en el cambio positivo que día a día será motivo para que todos desarrollen habilidades y mejoren el servicio a la colectividad.

Para desarrollar la presente propuesta, se ha realizado un diagnóstico de observación directa en los funcionarios de toda la Dirección de Educación Hispana de Pastaza, especialmente con sus Directivos, ya que ellos son quienes dirigen la institución y además de ello, son quienes promueven el cambio lo cual me ha motivado para aplicar instrumentos técnicos que permitan elevar el talento humano con el fin de ser competitivo dentro de un entorno globalizado.

Teniendo conocimiento de estas necesidades se inicia un análisis interno y externo y aplicando la herramienta (FODA), podemos darnos cuenta de que existen algunas causas que originan falencias en el desempeño de las funciones y representan un peligro para el buen desarrollo de las actividades de servicio al usuario y permanencia en la empresa de los mismos.

Por lo expuesto se estableció que para mejorar la Administración del Talento Humano y mejorar el servicio al usuario en la Dirección de Educación, se debe manejar todos los procesos con mucho interés y realizar un seguimiento para llegar a cumplir los objetivos propuestos a cabalidad. Una vez identificadas las necesidades, buscamos las alternativas de solución y realizamos la matriz de posibles estrategias de cambio, una vez terminados estos procesos, estructuramos una propuesta sólida.

Que se consolidan cada vez más con el apoyo de las autoridades de la institución y la predisposición de los funcionarios a participar en la elaboración, socialización y aplicación mediante una capacitación sobre cada una de las estrategias para la optimización del servicio al usuario en la Dirección de Educación de Pastaza.

4.1.4 Justificación

La Dirección de Educación Hispana de Pastaza es una institución que brinda distintos tipos de servicios a la ciudadanía en general, ante estas circunstancias el personal de la institución debe llevar a cabo sus funciones de una manera adecuada, mediante una

capacitación en relaciones humanas y servicio al usuario, así como también debe tomar una capacitación urgente en la actualización de conocimientos informáticos, fortaleciendo así el servicio que brinda, consecuentemente esta propuesta aportará notoriamente a la imagen institucional y como objetivo principal a la satisfacción de los usuarios al recibir un servicio de nuestra institución.

Vista la necesidad de que los servicios que presta la institución mejoren con el fin de brindar una óptima atención al usuario, se ha preferido realizar la propuesta de implementación de estrategias para la excelencia del servicio en la presente institución con el fin de que una vez conocidos los posibles problemas podamos emprender tácticas para mejorar y así poder cumplir las metas tan anheladas por la institución y todos quienes forman parte del gremio educativo, tomando en cuenta de que las propuestas y consejos que se les indique traten de ser en lo posible acatados en su mayoría y lo que no, se pueda realizar se continúe intentando con el fin de mejorar los resultados innovando cada vez más. Dentro de las necesidades más apremiantes que las instituciones gubernamentales poseen, se encuentra la de optimizar los servicios que le prestan a la población en general. Dada la importancia de este elemento, la Dirección de educación como una entidad estatal justifica la necesidad de crear estrategias que optimicen el servicio que se ofrece a sus usuarios.

La importancia del estudio se justifica por varias razones:

- a) Es uno de los medios para lograr una ventaja competitiva sostenible.
- b) Es un factor importante para la percepción de la calidad por parte del usuario.

La Dirección de Educación Hispana de Pastaza al ser la institución estatal encargada de velar y controlar el que hacer educativo en toda la provincia, debe brindar un servicio óptimo a sus usuarios, brindando información clara referente al servicio requerido, de igual manera atenderlos de una manera justa y cordial.

4.1.5 Antecedentes históricos de la Dirección de Educación Hispana de Pastaza.

Hasta hace unas cuantas décadas atrás, la Amazonia Ecuatoriana estuvo conformada por tres provincias: Napo-Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe, constituyendo

una región relegada de la atención por parte de los poderes centrales, carentes de vías de acceso, huérfana de los más elementales servicios y si se quiere, aun ignorada del potencial económico que guarda en su subsuelo.

Mediante Decreto Ejecutivo, publicado en R: O N° 963 de fecha noviembre 10 de 1959 la extensa provincia de Napo Pastaza, se subdivide en dos, dando origen a lo que constituye la provincia de Pastaza, abarcando toda la extensión territorial de lo que hasta aquel entonces constituía el ya existente cantón Pastaza, con su cabecera cantonal Puyo. La gestión educativa de la Amazonia dependía directamente del Ministerio de Educación, para ello contaba con una sección denominada Educación Primaria, Oriente y Galápagos que era la encargada de atender todos los requerimientos de orden administrativo de la región en todo cuanto se refería a Educación en sus tres niveles.

La serie de problemas que periódicamente se presentaban en los distintos planteles, muchos eran ignorados y los pocos conocidos, debido a la distancia y a la ausencia de trámites de orden legal, no merecían soluciones oportunas; por lo que a insistencia de UNE Provincial, la Supervisión Nacional y Regional, de que deben incorporarse las provincias amazónicas a la administración escolar de las demás provincias del país, el Sr. Gonzalo Abad Grijalva. En su calidad de Ministro del ramo, acoge favorablemente esta inquietud emitiendo la disposición pertinente y procediendo a la búsqueda inmediata de candidatos a ocupar estas responsabilidades.

Previo al inicio del año escolar 1961-1962, con la finalidad de que las provincias del Oriente sean las encargadas de impulsar la obra educativa en su jurisdicción territorial y descentralizar la administración ministerial, se da paso a este propósito que por razón de la ley debiera estar funcionando desde cuando cada una de ellas fuera elevada a categoría de provincias.

Mediante Acuerdo 544 de fecha 23 de marzo de 1962, se hace efectiva la designación del primer Director Provincial de Educación en la persona del señor LUIS FREIRE ROBALINO. Este distinguido maestro, hijo de viejos colonos de tan importante sector de la Patria, ex Director de una de las principales escuelas de la ciudad, la Escuela _Fray Enrique Vacas Galindo, y en aquel entonces, Supervisor Nacional del mismo Ministerio; en consecuencia profundo conocedor de la zona, es quien asume la difícil

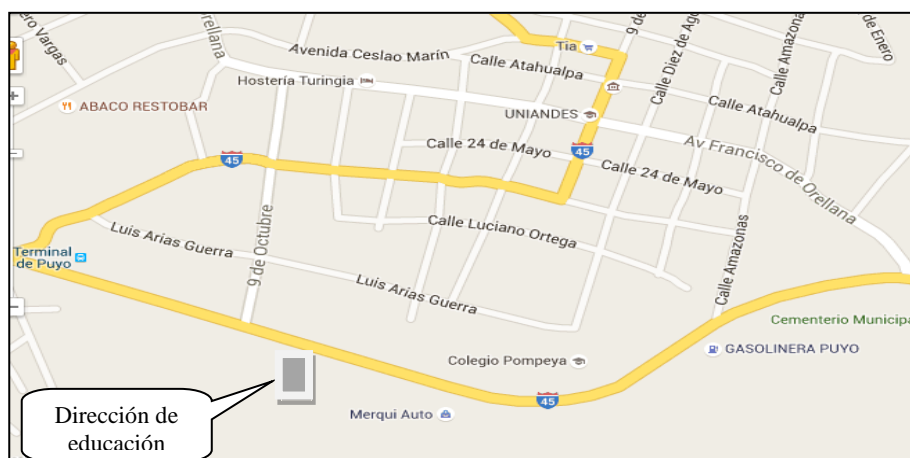
tarea de organizar y poner en marcha la institución matriz de la educación provincial, a una institución que nacía como todas las que suelen nacer en nuestra región, desprovistas de todo, sin planta física, sin bienes muebles, carente de equipamiento, ausencia de suministros, sin presupuesto ni personal de apoyo únicamente con el nombramiento y la predisposición de ser la primera autoridad ante los demás organismos e instituciones de desarrollo provincial que hasta aquel entonces ya habían alcanzado presencia en esta también naciente provincia.

En términos generales, la Dirección Provincial de Educación, aparte de poner en juego sus iniciativas tendientes a fortalecer la obra educativa como base de sustentación para el desarrollo provincial, no tiene otra cosa que orientar su acción a la política educativa establecida y programada por el gobierno de turno y a operar con las regulaciones requeridas en las acciones que con dicha política se promueven desde la planta central del Ministerio del Ramo.

4.1.6 Ubicación geográfica:

El campo de estudio se limita al área de servicio administrativo de la Dirección de Educación de Pastaza Ubicado en la Avenida Monseñor Alberto Zambrano Palacios de la ciudad de Puyo, parroquia Puyo, Cantón Pastaza y provincia de Pastaza con una población de 62.016 habitantes.

Figura 22. Croquis de Ubicación



Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

4.1.7 Objetivos

4.7.1.1 Objetivo General.

Establecer nuevas estrategias para la optimización del servicio al cliente en la Dirección de Educación Hispana de Pastaza durante el periodo 2013, mediante la realización de un estudio de cada una de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para mejorar sus recursos y el servicio al usuario que presta la institución.

4.1.7.2 Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la calidad de los servicios en la Dirección Provincial de Educación Hispana de Pastaza.
2. Definir una propuesta que permita mejorar la atención al cliente de Dirección Provincial de Educación Hispana de Pastaza
3. Plantear nuevos principios básicos de atención al cliente para los empleados de la Dirección de educación de Pastaza.
4. Establecer nuevas prácticas de gestión administrativa en la dirección de educación de Pastaza para mejorar la atención al cliente.

4.1.8 Misión

Diseñar las estrategias y mecanismos necesarios para asegurar la calidad de los servicios educativos del distrito, en todos sus niveles y modalidades, tomando en cuenta criterios de equidad, inclusión, pertinencia, y necesidades educativas especiales, desarrollar programas, proyectos y convenios educativos, delinear ofertas educativas, gerenciar las actividades de los circuitos educativos intercultural y bilingües conforme a la realidad de cada uno de sus territorios y ofertar servicios a la ciudadanía con el objeto de fortalecer la gestión de la educación, respetando la diversidad cultural de las nacionalidades.

4.1.9 Visión

Ser la entidad que lidera el accionar educativo bajo el nuevo modelo de gestión en Pro de alcanzar una educación intercultural y bilingüe de calidad con calidez, que garantiza los principios de equidad, igualdad e inclusión de toda la población estudiantil del distrito, incorporando y aplicando las nuevas tecnologías y saberes de información y del conocimiento técnico humanista.

4.1.10 Objetivos estratégicos institucionales

Aplicar las políticas, planes y programas educativos en los diferentes niveles y modalidades de la educación del Distrito, a fin de garantizar la consolidación de una educación intercultural y bilingüe.

Coordinar procesos de planificación estratégica y institución de las ofertas educativas en los establecimientos que conforman los Circuitos del Distrito 16/D01 Pastaza.

Mejorar la planificación, coordinación y gestión del manejo del talento humano, recursos tecnológicos, materiales y financieros para la consecución de los objetivos y metas educativas y laborales.

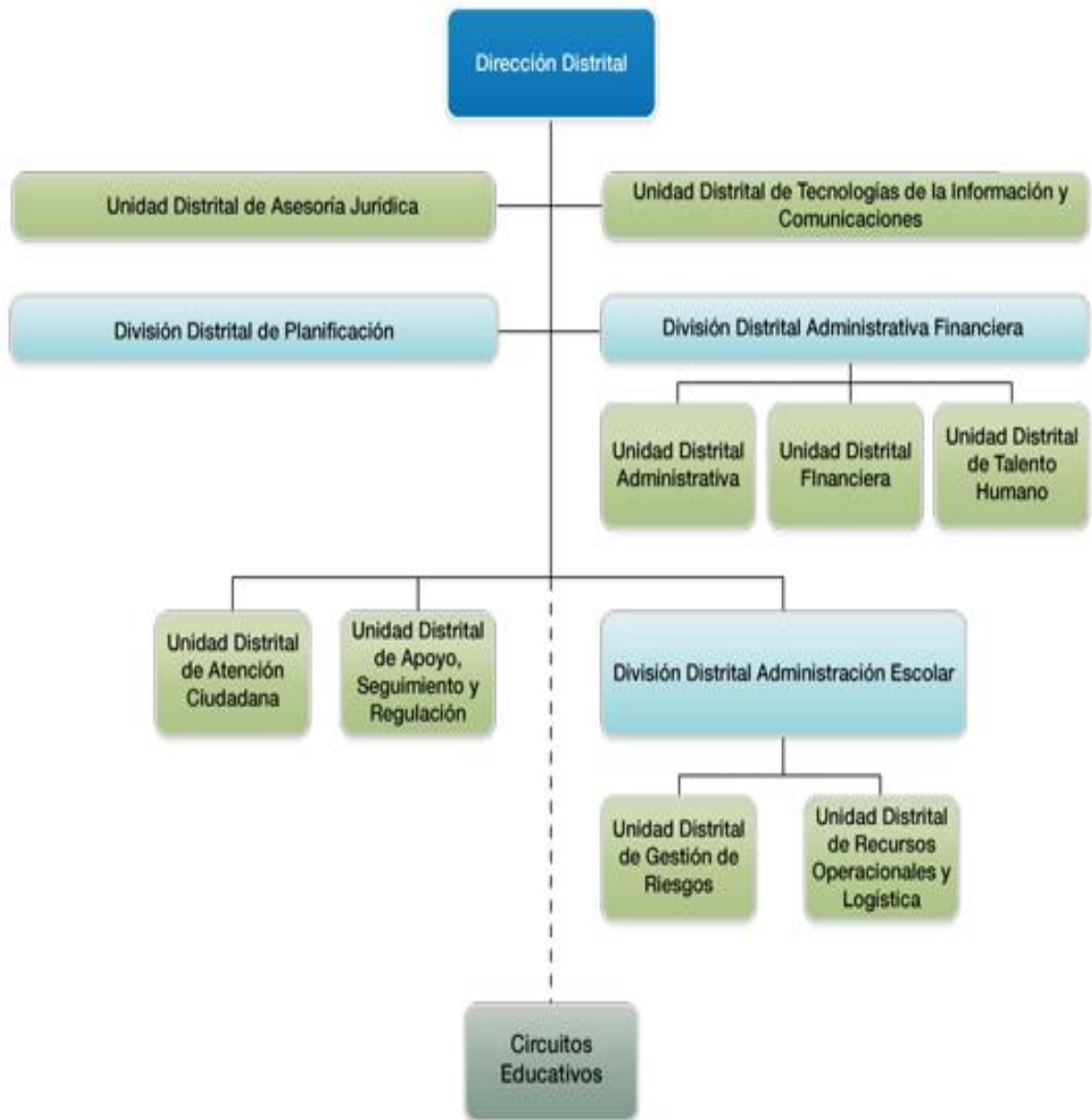
Emplear el nuevo modelo de gestión, garantizando el cumplimiento del marco jurídico educativo y considerar las excepciones conforme a la realidad, bajo la Rectoría del Ministerio de Educación y la coordinación con otras instituciones.

Implementar procedimientos que efectivicen la gestión y la administración de las tecnologías de la información y comunicación, orientados a la sistematización y automatización de los procesos, así como a la actualización permanente.

Desarrollar el sistema de educación intercultural bilingüe en función de las necesidades y expectativas de los pueblos y nacionalidades en cada uno de sus territorios, respetando su individualidad.

4.2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN HISPANA DE PASTAZA

Figura 23. Organigrama estructural de la Dirección de Educación Hispana de Pastaza



Fuente: Dirección de Educación Hispana de Pastaza

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

4.3 ANÁLISIS FODA INSTITUCIONAL

La implementación de estrategias para optimizar la atención y el servicio al usuario en la Dirección de Educación Hispana de Pastaza que propongo en este trabajo se convertirá en un instrumento muy importante y de fácil aplicación, para que los empleados de la institución de la mano con las autoridades, puedan realizar una gestión más competitiva, logrando visualizar de una manera integrada el futuro de la institución.

Con la propuesta de implementación de estrategias para optimizar el servicio y Atención al cliente realizada se pretende lograr el mejoramiento del mismo y que este se convierta en el soporte de la solución de los álgidos problemas por los que atraviesa la institución como: la falta de la práctica de buenas relaciones humanas, entre funcionarios los mismos que están muchas veces sin la capacitación adecuada respecto a las nuevas innovaciones y herramientas para el servicio del usuario, normas de buena conducta, desarrollo personal, entre otras no prestan un servicio adecuado a los usuarios.

Con la aplicación de las estrategias propuestas pretendemos que la institución se convierta en una entidad competitiva contando con autoridades y empleados que practicando una excelente comunicación, actualizados en innovaciones técnicas de atención al usuario y relaciones humanas, brinden una excelente atención y servicio a sus clientes.

Tabla 23. FODA Institucional

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Edificio propio. Personal intercultural y bilingüe con experiencia en el área, predisposición al cambio y cumplimiento de tareas. Mobiliario básico.	Edificio no acorde al nuevo modelo de gestión. Equipos informáticos no actualizados. Funcionarios sin perfil profesional de conformidad al nuevo proceso. Escasa cultura de planificación y rendición de cuentas. Actualización del personal en tecnología informática. Inestabilidad e incertidumbre del personal a ubicarse en la nueva estructura organizacional.

<p>Equipo informático básico.</p> <p>Parque automotor y fluvial brindado y facilidad de movilización.</p> <p>Modelo del sistema de educación intercultural bilingüe “MOSEIB”</p>	<p>Entrega insuficiente de materiales.</p> <p>Mínimo empoderamiento del nuevo modelo de gestión por parte de todo el personal.</p> <p>Funcionamiento de la caja chica.</p> <p>Reproducción tardía de copias de documentos dentro de la institución.</p> <p>Implementación del software de control de correspondencia, documentación y archivo.</p> <p>Imagen institucional.</p> <p>Ordenamiento en la atención al usuario interno y externo.</p> <p>Beneficios sociales al servidor público LOSEP.</p> <p>Ausencia de capacitación y recursos para el uso y manejo de materiales educativos.</p> <p>Atención limitada para los docentes de la nacionalidad Achuar en su territorio.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Líneas de coordinación</p> <p>Marco legal oportuno.</p> <p>Reordenamiento territorial</p> <p>Apoyo de otras instituciones locales para la zona urbana, rural y fronteriza.</p>	<p>Inestabilidad laboral.</p> <p>Centralismo técnico administrativo y financiero, disposiciones verbales del nivel zonal.</p> <p>Legalización de los circuitos y sub circuitos educativos de acuerdo a la realidad de cada nacionalidad.</p> <p>Escrituras de los planteles educativos y/o actas de donación comunitaria.</p> <p>Disposiciones no planificadas y emergentes de la zona.</p> <p>Recursos presupuestarios inexistentes para atender los derechos de los servidores públicos y mejorar la imagen institucional.</p> <p>Desatención por parte del personal de la zonal 3.</p>

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

Principios Institucionales

Equidad.- o creación de condiciones para ofrecer igualdad efectiva de oportunidades educativas en todo el territorio y garantizar que los niños, niñas, jóvenes y adultos tengan acceso a una educación de calidad.

Calidad.- Referida a la capacidad que tiene la escuela, el colegio o la universidad de brindar sistemáticamente a sus estudiantes y egresados competencias para la acción.

Pertinencia.- para que la formación que reciben los estudiantes responda a las necesidades del entorno social, natural y cultural, en los ámbitos local, nacional y mundial.

Inclusión.- Para evitar discriminación en razón de la edad, sexo, etnia, color, origen social, idioma, religión, filiación política, orientación sexual, estado de salud, discapacidad o diferencia de cualquier otra índole.

Eficiencia.- Para formar ciudadanos, hombres y mujeres, que puedan participar activa y productivamente en los procesos de desarrollo del país.

Participación.- Que permita incorporar a toda la población ecuatoriana tanto en los procesos de desarrollo como, también en las decisiones locales y nacionales.

Rendición de cuentas.- para generar una cultura de la evaluación y promover una activa participación ciudadana en torno a la calidad y equidad de la educación nacional.

Unidad.- basada en la soberanía de la nación ecuatoriana, en su historia milenaria y en el reconocimiento de la diversidad de sus regiones, pueblos, etnias y culturas.

Continuidad.- para mantener articulación, secuencia y periodicidad en los procesos de enseñanza-aprendizaje, en los diferentes niveles y modalidades por las que pasa un estudiante.

Flexibilidad.- para diseñar y ejecutar modelos pedagógicos y didácticos alternativos, que respondan y se adapten a las circunstancias y características regionales de carácter ocupacional, climático y productivo.

Alternabilidad.- que permita programar relevos periódicos en los niveles de la dirección escolar y posibilitar la promoción vertical de los miembros del magisterio nacional.

4.3 ESTRATEGIAS PARTICULARES

Tabla 24. Estrategias particulares

ESTRATEGIAS	DIAGNOSTICO	ACCIÓN	OBJETIVO	BENEFICIO
¿Conoce usted si existe un manual de atención al usuario al interior de esta institución?	La mayoría de los empleados encuestados contestan que no existe un manual de atención al usuario al interior de la institución	Promover la difusión y socialización de un manual de atención al cliente para la dirección de Educación Hispana de Pastaza.	Desarrollar nuevas mediadas de atención al cliente que promueva el servicio de la dirección de educación	Los usuarios conocen nuevas normas, estrategias y técnicas de atención al cliente que aplica la dirección de educación en el área administrativa.
¿Son muy importantes los beneficios admirativos que proporciona la atención al usuario a una institución?	La mayor parte de los encuestados piensan que es muy importante realizar un plan de atención al usuario para alcanzar los beneficios Administrativos	Elaborar un manual de atención al cliente para la Dirección de Educación Hispana de Pastaza	Dotar de una herramienta clave para dar atención al cliente con calidad eficacia y eficiencia	Usuarios conformes con la atención que reciben en la institución.
¿Estaría usted dispuesto a participar en la elaboración una propuesta para mejorar la atención al usuario en la dirección de educación hispana de Pastaza?	Estos resultados son motivantes al observar que todos Empleados encuestados están dispuestos a participar en la elaboración de una propuesta para la Institución	Invitar a todos los actores de la institución para elaborar un manual para satisfacer las necesidades de los usuarios.	Obtener un empoderamiento total del personal administrativo para la aplicación y puesta en marcha del manual de atención al cliente.	Las autoridades deberán tomar muy en cuenta la predisposición del personal para elaborar una propuesta y así buscar alternativas de solución conjuntas a los varios problemas y necesidades que

				mantiene la institución
¿Considera usted que un modelo de atención al usuario ayudará a mejorar la eficiencia Administrativa?	La mayoría de los encuestados mencionan que un modelo de atención al usuario ayudará a mejorar la gestión administrativa	Incluir en el sistema de elaboración del manual de atención al cliente a todos los actores (empleados, directivos, padres de familia, estudiantes, etc)	Lograr una participación masiva en la elaboración de una herramienta que proporcione técnicas, normas, principios y reglas de atención al cliente en la institución	Con la aplicación de este proceso se conseguirá mejorar la oferta educativa, buenas relaciones humanas y demás parámetros indicadores de calidad.
¿El trabajo de los empleados es sistemático y en equipo?	La mayor parte de los empleados encuestados indica que el trabajo es en equipo	Incluir técnicas de trabajo sistematizado y en equipo para mejorar las relaciones interpersonales e intersectoriales	Mejorar las relaciones de trabajo entre los empleados.	Las Autoridades educativas deben propiciar para iniciar una escuela con experiencias que sean el fruto de la capacidad y la creatividad del equipo
¿La capacitación sobre atención al usuario que recibió en su área por parte de la institución fue hace?	Es lamentable que no reciban capacitación periódica en su área, por lo menos así lo confirman más de la mitad de los encuestados. Otro considerable porcentaje opina que recibió su capacitación hace dos o tres meses	Crear políticas institucionales para motivar a la capacitación y poder contar con maestros actualizados y con actitud diferente.	Establecer un sistema de capacitación constante para los empleados con el fin de actualizar sus conocimientos en las áreas administrativas	Contar con profesionales con actitudes y aptitudes positivas para atender a los usuarios del servicio de la dirección de educación hispana de Pastaza.

	demonstrando así que, no hay una planificación por parte de los Administradores Educativos			
¿La institución reconoce y estimula el mejoramiento de la atención al usuario?	La mayor parte de los encuestados consideran que la institución no reconoce el desempeño profesional de los empleados.	Estimular al empleado si logra algún reconocimiento en bien de la imagen institucional.	Motivar el deseo de trabajar en bien de la niñez y la juventud.	Contar con personal con un óptimo estado emocional para cumplir con las responsabilidades encomendadas en beneficio de la institución.
Principales inconvenientes que tiene la Dirección de Educación?	La mayoría de los encuestados contestan que el principal problema de la institución es la atención que reciben por parte del personal de la dirección de educación no es la adecuada y creen que deberían ser capacitados y realizar un plan estratégico o reglamento para facilitar los procesos.	Establecer mecanismos para que las autoridades unan esfuerzos para mejorar y garantizar el servicio que presta la institución para realizar los trámites educativos	Suscribir un manual con actividades relacionadas a satisfacer las necesidades planteadas por los usuarios	Lograr incorporar un mayor número de usuarios y que se sientan satisfechos por los servicios que brinda la institución en el área Administrativa
¿La educación que oferta la institución es?	La comunidad encuestada en su mayoría lo califica de muy buena	Fomentar los servicios institucionales para aumentar el número de usuarios	Fortalecer a las escuelas y colegios de la provincia ofreciendo servicios de	Garantizar una educación de calidad para satisfacción de los usuarios del servicio

		considerando como una fortaleza el sistema educativo urbano y rural.	calidad y eficiencia.	
¿Existen puestos con títulos de acuerdo al lugar de trabajo?	La mayor parte de los encuestados contestan que en la Institución existen pocos docentes capacitados de acuerdo a sus puestos de trabajo	Establecer mecanismos para la contratación de personal de acuerdo a sus perfiles profesionales	Crear puestos de trabajo acorde a los requerimientos institucionales de acuerdo a lo establecido por el ministerio de relaciones laborales.	Contar con personal apropiado para cumplir con los requerimientos de los usuarios.
¿Qué debe mejorar la institución?	Mayoritariamente concuerdan y es notorio darse cuenta que la comunidad encuestada manifiesta que la institución debe mejorar la atención al usuario y en menor escala su infraestructura.	Formular el manual de atención al cliente con normas, procedimientos, principios y reglamentos que aseguren la cordialidad al usuario	Establecer un plan de mejoramiento con componentes como infraestructura, profesional, social, etc.	Priorizar al ser humano ante lo físico proponiendo la satisfacción de sus necesidades ante la comodidad de los empleados.
¿Los trámites en la institución son?	El criterio de los padres de familia encuestados en un mayor porcentaje indica que los trámites en la institución son lentos	Implementar un sistema informático para agilizar los procesos administrativos y dar seguimiento a los servicios solicitados por los usuarios	Dotar de información a los usuarios de los procesos solicitados	Controlar los procesos administrativos de forma eficaz.

¿El costo del servicio en la institución es?	Según la opinión de los padres de familia que fueron encuestados un alto porcentaje indica que los costos del servicio en la institución son altos.	La Institución realizara un análisis de los usuarios de escasos recursos económicos	Analizar estos criterios para evitar el aumento del gasto familiar.	Establecer la situación económica de los usuarios para plantear nuevas estrategias de servicio.
--	---	---	---	---

Elaborado por: Egda. Marjorie Isabel Haro Olivo

4.4 PROPUESTA ESTRATEGICA PARA LOS EMPLEADOS

Para que los empleados de la dirección de educación hispana de Pastaza tengan el concepto de poner primero a los clientes y trabajar en pro de su bienestar es necesario intervenir en cinco partes importantes:

1. Selección
 2. Orientación
 3. Entrenamiento
 4. Evaluación
 5. Reconocimiento
- ✓ Estrategia de Selección: Se debe seleccionar personal para cada área además de tener habilidades técnicas propias para cada cargo, se debe tener en cuenta que deben satisfacer las necesidades de los usuarios de manera extraordinaria. Para ello se propone que en las próximas entrevistas de trabajo se debe observar el dinamismo, facilidad de resolver problemas y seguridad. Además de la entrevista se debe se debe plantear una situación ficticia de un momento de verdad que el aspirante manejara en el puesto de trabajo y analizar el manejo de la situación planteada.
 - ✓ Estrategia de orientación: Se propone que a los nuevos empleados se deben sumergir en la cultura de servicio que se estaría manejando, para ello se debe explicar los procesos de la institución para que se sientan desde un principio pertenecientes a la institución, el método de evaluación del servicio, contenido de la

libreta de calificaciones, la promesa de servicio y la explicación de los momentos de verdad que van a manejar dentro del ciclo del servicio.

- ✓ Estrategia de entrenamiento: Se propone un plan de entrenamiento tanto para los empleados nuevos y antiguos. En el cual se sugiere:
 - a) Se compartirá los resultados arrojados cada vez que se realiza una libreta de calificaciones una encuesta del servicio y el sistema de evaluación planteado en la Institución.
 - b) Se capacitaran para que realicen preguntas bien intencionadas a los clientes sobre la atención y servicio que acaban de recibir por parte de las personas que le atendieron.
 - c) Desarrollar habilidades para interpretar la comunicación no verbal y así prestar un servicio más humano a través del entendimiento del cliente.
 - d) Desarrollar habilidades para manejar un servicio superior y que se diferencie de la competencia.

En las encuestas realizadas (Capítulo 3), se evidencian claramente las deficiencias de la dirección de educación para mejorar la calidad en el servicio al cliente las cuales permitieron identificar una serie de necesidades que repercuten de forma directa en la calidad en el servicio.

Por esta razón se recomienda la creación de un programa de promoción y gestión que permita plantear una serie de soluciones estratégicas a partir de las variables: estrategia de comunicación, servicio al cliente, publicidad y capital humano, orientadas a la calidad en el servicio.

CONCLUSIONES

La infraestructura que actualmente existe en la dirección de Educación Hispana de Pastaza no está de acorde a la demanda de usuarios que frecuentan diariamente a realizar sus trámites pertinentes.

El personal que labora en la Dirección Educación Hispana de la Provincia de Pastaza tienen mucha capacidad pero han terminado estancados al sentirse poco valorados y falta de motivación han quedado relegados a un segundo plano.

La falta de comunicación entre los departamentos dificulta la gestión en los tramites que ingresan para ser despachados de una manera rápida y eficiente, eso ocasiona molestias en los usuarios de la Dirección de Educación hispana de la provincia de Pastaza.

En la Dirección de Educación Hispana de la Provincia de Pastaza, no cuenta con un sistema informático al alcance de los usuarios, para evitar la acumulación de documentos que ocasiona la pérdida de los trámites ingresados produciendo molestias en los clientes.

RECOMENDACIONES

Gestionar para la construcción o remodelación de nuevas oficinas modernas para así brindar un mejor servicio a los usuarios que acuden a l Institución a realizar sus trámites diarios.

Para un mejor servicio a los clientes se debe motivar al personal con capacitaciones e incentivos económicos, y reconocimientos honoríficos, para que puedan brindar un mejor servicio a los usuarios, con amabilidad, respeto, cordialidad y carisma.

Mejorar la comunicación entre los departamentos facilita realizar de manera rápida y eficiente los trámites que solicitan los usuarios que concurren diariamente a la Dirección de Educación.

Implementar un software de control de correspondencia, en la página Institucional de la Dirección de Educación de la Provincia de Pastaza, para evitar q los usuarios acudan varias beses a preguntar sobre sus trámites ingresados en espera de una respuesta.

BIBLIOGRAFÍA

1. ALCIDES Aranda, Planificación Estratégica Educativa, 2000.
2. CASERES- SILICEO, Texto Planeación Para la vida 2001
3. Constitución Política de la República del Ecuador, 2000
4. Dirección Nacional de Mejoramiento Profesional. Psicología Educativa.
5. 1996
6. El taller educativo, Aula América Magisterio.2001.
7. GOODSTEIN, Leonardo D; Planificación Estratégica Aplicada.1998.
8. Gran Plaza Jaime Ilustrad; Diccionario.2002
9. KEMMIS, Stephen, Teoría Crítica de la Enseñanza. 1996
10. KOTLER, Philip, Dirección de Marketing, 2003
11. MAZACÓN, Antonio Módulo de Planificación Educativa 1, 1998
12. MORAN Márquez Francisco, Liderazgo en Alta gerencia Educativa, 1996
13. MÉNDEZ CARLOS, 2006 Metodología, Editorial Limusa, Colombia.
14. Serna, Gómez, H. (2006), Servicio al cliente, Una nueva visión, clientes para siempre, 3 Ed. Bogotá, panamericana Editorial.
15. Albrecht, K, Zemke, R. (2000), La excelencia en el servicio , Bogotá 3R Editores
Pág. 54

WEBGRAFÍA

<http://www.monografias.com/trabajos33/fundamentos-educacion/fundamentoseducacion.shtml>

http://maralboran.org/wikipedia/index.php/Poblaci%C3%B3n_y_muestra._Muestreo

<http://nopiedra.spaces.live.com/Blog/cns!EB69A985C25D5A58!679.entry>

<http://www.tqm.es/TQM/ModEur/ModeloEuropeo.htm>

http://www.tqm.es/EFQM/Mod_Gestion.htm

ANEXOS

ENCUESTAS METODOLOGICAS AL SERVICIO A CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS

Anexo 1. Encuesta aplicada al personal

1. ¿Conoce usted si existe un manual de atención al usuario al interior de esta institución?

SI

NO

2. ¿Son muy importantes los beneficios admirativos que proporciona la atención al usuario a una institución?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

3. ¿Estaría usted dispuesto a participar en la elaboración una propuesta para mejorar la atención al usuario en la dirección de educación hispana de Pastaza?

Si

No

4. ¿Considera usted que un modelo de atención al usuario ayudará a mejorar la Gestión Administrativa?

Muy de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

5. ¿Considera que es necesario un nuevo modelo de gestión administrativa, para mejorar la calidad de ATENCION AL USUARIO?

Si

No

6. ¿Su calificación a la atención al usuario es:

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

7. ¿La administración actual ejecuta técnicas para atender al usuario y optimizar su gestión administrativa?

SI

NO

8. ¿El trabajo de los empleados es sistemático y en equipo?

SI

NO

9. ¿La capacitación sobre atención al usuario que recibió en su área por parte de la institución fue hace?

Un mes

Tres meses

Seis meses

Doce meses

Nunca

10. ¿La institución reconoce y estimula el mejoramiento de la atención al usuario?

Muy frecuente

Frecuente

Poco frecuente

Anexo 2. Encuestas realizadas a los padres de familia.

1. ¿Conoce usted si la dirección de Educación tenga un manual de atención al Usuario?

Si ____

No ____

2. ¿Principales inconvenientes que tiene la Dirección de Educación?

Distancia

Infraestructura

Especialidad

Atención al Usuario

Servicio de Educación

3. ¿La educación que oferta la institución es?

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy Malo

4. ¿Considera usted que los docentes son capacitados ?

Siempre

Ocasionalmente

Rara vez

Nunca

5. ¿Existen puestos con títulos de acuerdo al lugar de trabajo?

Muchos

Pocos

Nada

6. ¿Qué debe mejorar la institución?

Infraestructura

Atención al Usuario

Personal capacitado

Sistema de información

7. ¿Con los valores que fomenta la institución ha notado el cambio de comportamiento en el público?

Si

No

8. ¿Los trámites en la institución son?

Muy rápidos

Rápidos

Lentos

Muy lentos

9. ¿El costo del servicio educativo en la institución es?

Muy alto

Alto

Bajo

Muy Bajo

10. ¿Cómo califica usted la gestión administrativa de la institución?

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Muy mala