



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

INFORME FINAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, EN LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

Proyecto de investigación

TEMA:

“FORTALECIMIENTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE MEDIANTE UN MANUAL, PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE OTAVALO”.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL.

Línea de investigación: Gestión, calidad de la educación, procesos pedagógicos e idiomas.

Autora: Tania Nathaly García Sánchez

Directora: Msc. Rosa Alba Bastidas Játiva

Ibarra – marzo - 2020

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100415894-3		
APELLIDOS Y NOMBRES:	García Sánchez Tania Nathaly		
DIRECCIÓN:	González Suarez- Barrio la costa		
EMAIL:	tngarcias@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	0995060769	TELÉFONO MÓVIL:	0995060769

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"FORTALECIMIENTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE MEDIANTE UN MANUAL, PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE OTAVALO".
AUTOR (ES):	García Sánchez Tania Nathaly
FECHA: DD/MM/AAAA	06/03/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en Español
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Rosa Bastidas

2. CONSTANCIAS

La autora García Sánchez Tania Nathaly manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los días 06 del mes de marzo de 2020

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: García Sánchez Tania Nathaly

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

APROBACIÓN Y CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 06 de marzo de 2020

Msc. Rosa Bastidas

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f).....

MSc. Rosa Bastidas

C.C. 0400948220

Msc. Rosa Bastidas

DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

C.C. 0400948220

Msc. Julia Chilligüinga

OPOSITORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

C.C. 100183988-3

Msc. Edwin Echegaray

OPOSITORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

C.C. 100233773-4

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El Tribunal Examinador del trabajo de titulación "FORTALECIMIENTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE MEDIANTE UN MANUAL, PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE OTAVALO", elaborado por Tania Nathaly García Sánchez, previo a la obtención del título de Licenciatura en secretariado Ejecutivo en Español, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:

(f): 

Msc. Raimundo López
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
C.C.: 100130890-5

(f): 

Msc. Rosa Bastidas
DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.C.: 040094822-0

(f): 

Msc. Julia Chilinga
OPOSITORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.C.: 100183988-3

(f): 

Msc. Edwin Echeverría
OPOSITORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.C.: 100253773-4

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico con toda la humildad de mi corazón primeramente a Dios por darme la oportunidad de alcanzar mis ideales y nunca dejarme de caer, por la fuerza y la voluntad de seguir cumpliendo mis sueños.

A mis familiares, a las personas más importantes de mi vida, a mi padre, a mi hermano y en especial a mi madre que día a día se esmera por darme lo mejor y apoyarme con mis proyectos, quien me motiva a seguir alcanzando mis metas y anhelos.

Tania Nathaly García Sánchez

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por la vida, que me permitió lograr todos mis objetivos y metas a pesar de mis errores y dificultades.

A la Universidad Técnica del Norte, por haberme da la oportunidad de recibir la formación profesional, brindarme el conocimiento y la experiencia.

A la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo, por la colaboración para realizar la investigación. |

A mis padres, hermano y amigos, por el apoyo moral que me han brindado siempre y han estado en toda la etapa de mi vida.

A los docentes de la carrera de Secretariado Ejecutivo en Español, por las enseñanzas que me llenaron de conocimientos y permitirme lograr alcanzar mi objetivo y llegar hasta el final.

Agradezco a la Msc. Rosa Bastidas, por su apoyo como Directora de Trabajo de Titulación.

Tania Nathaly García Sánchez

RESUMEN

La Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo es una institución que brinda el servicio y atención al cliente por lo que es importante que el personal administrativo tenga conocimiento de las bases de como prestar un servicio y atención de calidad. En la presente tesis se aplicó el tipo de investigación descriptiva con la finalidad de obtener información de las encuestas aplicadas en la empresa municipal de agua potable y alcantarillado de Otavalo EMAPAO - EP, con el objetivo de determinar la situación actual de la empresa y resolver la problemática que existe con respecto al mal servicio y atención de los empleados hacia los cliente, de tal manera se expone tres tipos de métodos para el desarrollo de esta investigación el deductivo, analítico y descriptivo, donde las técnicas e instrumentos de recolección de datos fue una encuesta y una entrevista estas fueron procesadas y tabuladas, la población se obtuvo realizando mediante una muestra del estudio, la cual tiene más de ciento veinte clientes diarios que pertenece a la empresa. Se realizo un manual de mejoramiento del servicio y atención al cliente para el personal administrativo de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado de Otavalo EMAPAO – EP. En conclusión, el personal administrativo debe establecer y determinar el nivel de servicio y atención al cliente que está prestando al usuario, siempre dando un adecuado servicio, guiándose en las normas básicas de atención al cliente.

PALABRAS CLAVES

Importancia de servicio, atención al cliente, empresa, calidad de atención al cliente, tipos de clientes

ABSTRACT

The Municipal Company of Potable Water and Sewerage of Otavalo is an institution that provides the service and attention to the client, reason why it is important that the administrative personnel have knowledge about the bases of how to provide a service and attention of quality. In this thesis, the type of descriptive research was applied in order to obtain information on the surveys applied in the municipal drinking water and sewerage company of Otavalo EMAPAO - EP, with the objective of determining the current situation of the company and solving the problem that exists with respect to the bad service and attention of the employees towards the clients. In this way three types of methods for the development of this research are exposed: deductive, analytical and descriptive. The techniques and instruments of data collection were a survey and an interview that were processed and tabulated. The population was obtained by conducting a sample of the study, which has more than one hundred and twenty daily clients belonging to the company. A manual of improvement of the service and customer service for the administrative staff of the municipal drinking water and sewerage company of Otavalo EMAPAO - EP was made. In conclusion, the administrative staff must establish and determine the level of service and customer service that is provided to the user, always providing adequate service, following the basic rules of customer service.

KEYWORDS

Importance of service, customer service, company, quality of customer service, types of customers

INDICE DE CONTENIDOS

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1. MARCO TEÓRICO	3
1.1 EL SERVICIO.....	3
1.1.1 El servicio al cliente es el único gestor de clientes leales.	3
1.1.2 Calidad en el servicio	3
1.1.3 El servicio al cliente en las entidades públicas.....	3
1.1.4 Como recibir y atender al cliente	4
1.1.5 Las 7 claves de oro de servicio al cliente	4
1.1.6 Características del servicio al cliente	5
1.1.7 Mejoras en los servicios	5
1.1.8 ¿Qué busca obtener el cliente cuando compra un producto o un servicio?.....	6
1.2 ATENCIÓN AL CLIENTE.....	6
1.2.1 Clientes.....	6
1.2.2 Clasificación de los clientes	7
1.2.3 Importancia de la atención al cliente.....	7
1.2.4 Calidad en la atención al cliente.....	7
1.2.5 Importancia de la calidad de la atención	8
1.2.6 Atención con eficiencia.....	8
1.2.7 Tipos de clientes.....	8
1.2.8 Como evalúan los clientes su servicio.....	9
1.2.9 Comunicación y atención al cliente.....	9
1.2.10 Beneficios de lograr la satisfacción del cliente	9
1.2.11 La atención de quejas	10
1.2.12 Elementos de la atención al cliente	10
1.2.13 Imagen personal	10
1.2.14 Barreras en la comunicación con el cliente	11
1.2.15 La motivación personal y la excelencia empresarial	11
1.3 PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	11

1.3.1	Directivo General	11
1.3.2	Gerentes de Oficina.....	12
1.3.3	Secretaria General	12
1.3.4	Funciones de la secretaria.....	13
1.3.5	Relaciones humanas	13
1.3.6	Director comercial.....	13
1.3.7	¿Cuáles son las tareas del departamento comercial?.....	14
CAPÍTULO II		15
2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN		15
2.1	Tipos de Investigación	15
2.1.1	Investigación Descriptiva.....	15
2.1.2	Investigación Explicativa	15
2.1.3	Investigación Aplicada.....	15
2.2	Métodos de Investigación.....	15
2.2.1	Método Deductivo.....	15
2.2.2	Método Analítico.....	15
2.2.3	Método Descriptivo.....	15
2.3	Técnica e Instrumentos de Investigación	16
	Encuesta	16
	Entrevista.....	16
2.4.	Matriz Diagnóstico.....	17
2.5	Participación.....	18
CAPÍTULO III		19
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		19
3.1	Encuesta	19
3.2	Entrevista.....	22
CAPÍTULO IV		24
4. PROPUESTA.....		24
4.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA	24
4.2	JUSTIFICACIÓN.....	24
4.3	OBJETIVOS.....	24
4.3.1	Objetivo General	24
4.3.2	Objetivos Específicos.....	24
4.3.3	Ubicación geográfica.....	25
4.3.4	Desarrollo de la propuesta.....	26
CONCLUSIONES		46
RECOMENDACIONES		47
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....		48
ANEXOS.....		52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Diagnóstico	17
Tabla 2 Cuadro de la Población.....	18
Tabla 3 Calidad de servicio	19
Tabla 4 El servicio.....	19
Tabla 5 La atención	20
Tabla 6 Servicio y atención al cliente.....	20
Tabla 7 Normas básicas de atención al cliente interno y externo.....	20
Tabla 8 Mecanismo para atender quejas y sugerencias	21
Tabla 9 Quejas y reclamos presentados por los clientes	21
Tabla 10 Implementación de un manual de servicio y atención.....	21

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Empresa Municipal Agua Potable y Alcantarillado Otavalo	25
Figura 2: Ubicación geográfica	25
Figura 3: Servicio al cliente	29
Figura 4: Servicio al público	30
Figura 5: Mandamientos del servicio	31
Figura 6: Errores y calidad en el servicio.....	32
Figura 7: El cliente	34
Figura 8: Proceso de atención al cliente.....	35
Figura 9: Atención al cliente	37
Figura 10: Evaluación del servicio.....	38
Figura 11: Tipos de usuarios interno y externo.....	39
Figura 12: Tipos de clientes	40
Figura 13: Claves para una buena atención.....	41
Figura 14: ¿Qué hacer con los reclamos de los clientes?	42
Figura 15: Personal Administrativo	44

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los clientes desean recibir un servicio y atención adecuado y de calidad por parte del personal.

Cada empresa busca brindar el mejor servicio y atención al cliente, mejorar las estrategias de atención, pero en algunos casos existe falencias, en ocasiones el personal no entiende la necesidad del cliente de modo que no puede satisfacer la inquietud.

La Empresa Municipal de Agua potable y Alcantarillado de Otavalo, es una empresa pública sin fines de lucro, dedicada a la prestación de servicios a la ciudadanía, con el objetivo de brindar servicio de agua potable y alcantarillado, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población, tiene una cierta cantidad de población que recibe el servicio, por lo que es necesario que siempre brinden un buen servicio y atención al cliente, imagen y calidad para que la empresa siga incrementando más clientes.

El problema de esta investigación radica en que no existe una buena comunicación entre el personal y el cliente, por lo cual esto lleva a que el usuario se sienta inconforme con la atención brindada en la institución.

Al dialogar con un grupo de beneficiarios, se observa que algunos se sienten inconformes con la atención y el servicio que se brinda a cada uno de ellos. Actualmente, el área de atención al cliente presenta una serie de falta de estrategia en atención a los usuarios y prestación de sus servicios. El tema de estudio plantea identificar los principales inconvenientes en el servicio y atención al cliente de EMAPAO de Otavalo, determinando la calidad del servicio prestado y la atención al cliente, sugiriendo líneas de capacitación como charlas, foros, cursos dirigidos a los colaboradores de la empresa pública, y así mejorar la calidad de servicios y atención al cliente que presta la empresa pública a los beneficiarios.

El problema se origina en la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo en el área de comercialización, la empresa al ser un establecimiento público ubicado en la ciudad de Otavalo recibe una mayor parte de la población de diferentes sectores, se ha observado que no brindan un servicio y atención de calidad al cliente.

La falta de interés en los empleados al brindar un servicio y atención al cliente, ha provocado falencias en el momento de satisfacer las necesidades del usuario y el personal no puede brindar una información adecuada o un prestar un servicio que el cliente requiere.

El objetivo principal del proyecto es mejorar el servicio y atención al cliente en la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo con la implementación de un manual de mejoramiento de servicio y atención al cliente. Para lograr esto se obtendrá información de las variables de la investigación y determinar la calidad, eficiencia, rapidez y agilidad de servicio que presta la empresa, además analizar el impacto que tiene la importancia de brindar un buen servicio.

El proyecto de investigación se relaciona con el impacto social, ya que tiene como objetivo dar solución en el área de servicio y atención al cliente, para que la sociedad se sienta conforme y satisfecha a la hora de recibir un servicio y atención. En cambio, con el impacto ético es de

gran importancia en el ámbito laboral tanto para el personal administrativo como para el cliente, el respeto moral debe ser mutuo demostrar los valores y virtudes que posee cada individuo al momento de dar un comentario.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó los diferentes métodos: deductivo, analítico y descriptivo; las técnicas e instrumentos: la encuestas y entrevistas, con estas herramientas permitieron investigar conocer y analizar de forma correcta el problema.

La propuesta tiene como objetivo mejorar el servicio y atención al cliente que brinda la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo y lograr que el personal administrativo preste un servicio excelente, y obtener un cliente satisfecho.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 EL SERVICIO

1.1.1 El servicio al cliente es el único gestor de clientes leales.

Según, (Desanick, 2000), manifiesta que el servicio al cliente es un conjunto de estrategias que una empresa diseña y pone en práctica para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes. En el servicio al cliente el desempeño es el producto, es lo que el cliente evalúa.

El servicio al cliente es importante y esencial para una empresa u organización que diseña estrategias para satisfacer las necesidades del cliente y ser mejor que sus competidores, brindando el mejor servicio para ser evaluados por los clientes y tener el éxito en el crecimiento de la empresa u organización.

1.1.2 Calidad en el servicio

(Vargas Quiñones, 2011), no existe calidad sin servicio, ni servicio sin calidad, son dimensiones que siempre están presentes de manera articulada, para el beneficio y satisfacción de las necesidades demandadas por el hombre.

La calidad en el servicio no es solo cubrir las necesidades, sino también garantizar la plena satisfacción de sus clientes, tanto internos como externos. No existe calidad sin servicio, ni servicio sin calidad, las dimensiones que están siempre presentes son: la comunicación, competencia, cortesía, credibilidad, confiabilidad, etc. La empresa siempre busca resolver las demandas de los clientes, brindando un servicio excelente de calidad y ofrecer la cantidad de información que requiera el usuario.

1.1.3 El servicio al cliente en las entidades públicas

Según, (Llorens, 2010), manifiesta que: un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad, los servicios son personalizados, involucran al cliente, a quien el servicio se dirige, los servicios son perecederos no pueden ser guardados o almacenados, no pueden ser inspeccionados o probados previamente (corregidos al momento que se dan), los servicios no pueden ser sustituidos o vendidos como segunda opción, se basan en el uso intensivo de mano de obra hacia una integración internacional compleja de diversos sistemas de apoyo.

Las entidades públicas son aquella que propiedad del gobierno que brindar el servicio a toda la población del estado, el servicio es una actividad intangible que se realiza a través de la interacción entre en el cliente y el empleado, es algo espontáneo, con el objetivo de satisfacer los deseos, necesidades o demandas de los usuarios, cada empresa o entidad tiene diferente manera de brindar el servicio, pero la satisfacción debe ser la misma.

En las entidades públicas el servicio radica principalmente en satisfacer las necesidades del usuario, por lo que es, indispensable que este servicio sea de calidad y permita el desarrollo de la institución

1.1.4 Como recibir y atender al cliente

(Protocolo y Etiqueta , 2020), manifiesta que: Lo mejor es tener un buen comienzo. Empecemos por saludar. Un gesto tan simple como un saludo y una sonrisa 'abren' un canal de comunicación positiva con el cliente o posibles clientes. Al contrario, una simple omisión de un simple saludo puede generar de principio un cierta “antipatía” o rechazo.

Lo más importante que la persona que este cargo de dar la bienvenida de un correcto saludo tratando a los visitantes con respeto y gentiliza. Los buenos modales para dar la bienvenida a un visitante en la oficina, siempre de utilizar los términos apropiados como “Buenos días” o “adelante en que le puedo ayudar”. Nunca use expresiones de cariños en los saludos con los clientes, solamente sea cordial y atento a las necesidades que el usuario requiera y obtener un cliente satisfecho.

1.1.5 Las 7 claves de oro de servicio al cliente

(Romero, s.f.), El Servicio de atención al cliente es la base y la columna vertebral de cualquier negocio ya que sin clientes no existiera ningún negocio. Sin embargo, brindar un servicio excepcional es también el corazón y alma, y a final de cuentas lo que marca diferencia.

- **Comunicación:** Aprender a comunicarse y ser un gran comunicador es el corazón de un servicio al cliente excepcional. Hablar, escuchar, entender, presentar ideas, escuchar cuidadosamente, aclarar lo que se dice, mostrar honestidad y compasión son las características que construyen una relación con los clientes largos, fuertes y confiables.
- **Identificar las necesidades de tus clientes:** Identificar y aprender a anticiparse a las necesidades y deseos de tus clientes también son clave para mantenerlos interesados, atraídos y conectados contigo y tu negocio.
- **Mostrar aprecio y usar el nombre:** Todos queremos ser apreciados y sentir que somos importantes y tus clientes no son diferentes.
- **Mostrar humildad:** Si algo puede salir mal, y como somos humanos, sucederá, arréglalo de inmediato.
- **Proporcionar mayor valor:** Educa a tus clientes sobre tus productos y servicios y cómo se benefician de ellos.
- **Cumplir con creces:** Proporcionar a sus clientes más de lo que esperaban es muy eficaz en la creación de un servicio excepcional al cliente porque la mayoría de las otras empresas no operan con esos altos estándares.

- **Mantenerse en contacto:** Un servicio excepcional al cliente no comienzan y finalizan dentro de las murallas de tu spa, salón u oficina. Un servicio excepcional también incluye pensar y reconocer a tu cliente después del servicio.

Las claves de oro del servicio al cliente son útiles y esencial para brindar un excelente servicio y evitar errores al momento de comunicarse con el cliente. Saber exactamente lo que desean, quieren y necesitan los clientes de una forma óptima mantendrá la fidelidad del cliente. Al implementar las claves de oro al servicio del cliente, servirá de apoyo a la empresa en su crecimiento, clientes leales y satisfechos.

1.1.6 Características del servicio al cliente

Según, (Desanick, 2000), menciona que las características más importantes que debe tener el servicio al cliente son:

- La labor debe ser empresarial con el espíritu de servicio eficiente sin desgano y con cortesía.
- El empleado debe ser accesible, no permanecer ajeno al público que lo necesita.
- Se debe procurar adecuar el tiempo de servir no a su propio tiempo que dispone el cliente, es decir, tener rapidez.
- El público se molesta enormemente cuando el empleado que tiene frente a él no habla con claridad y utiliza un vocabulario técnico para explicar las cosas.
- Es muy recomendable concentrarse en lo que pida el cliente, si hay imperfecto, pedir rectificación sin reserva. El cliente amanecerá el que quiera ser amble.

Conocer las características del servicio al cliente es esenciales en una empresa, evitando inconvenientes y fracasos, al aplicar favorece en el crecimiento cómo empresa, un empleado debe tener el espíritu del servidor, eficiente y cortes, un servicio accesibilidad, rápido, en un tiempo adecuado y sin hacer esperar por mucho tiempo al usuario, prestar un servicio y una atención donde el cliente quede satisfecho.

1.1.7 Mejoras en los servicios

Según, (Perez, 2007), menciona que: todas las empresas e instituciones, actualmente deben propender al mejoramiento en la calidad de los servicios que ofertan, para ello es conveniente conocer y entender las necesidades de los usuarios, para establecer las políticas de la atención al usuario más idóneas, cuya aplicación propendan al mejoramiento en la presentación de servicios.

En todas las empresas e instituciones en la actualidad es necesario que implementen el mejoramiento en la calidad de los servicios que ofrecen, para obtener un crecimiento satisfactorio de la empresa y un cliente contento, por lo cual es necesario saber, conocer y entender las necesidades más concurrentes de los usuarios.

1.1.8 ¿Qué busca obtener el cliente cuando compra un producto o un servicio?

- Un precio razonable
- Una adecuada calidad
- Una atención amable y personalizada
- Un buen servicio
- Un horario cómodo
- Posibilidad de comprar a crédito (tarjetas o cheques)
- Local cómodo y limpio

Lo que un cliente siempre busca satisfacer sus necesidades en sus compras de un producto o un servicio, con costo razonable, respeto, atención amable, un horario razonable entre otros, esto le tiene conforme, contento y satisfecho y así la empresa obtiene la confianza y la fidelidad del usuario.

1.2 ATENCIÓN AL CLIENTE

Según, (Gómez, 2006), define que el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían” la atención al cliente es el conjunto de estrategias diseñadas para mejorar las necesidades y expectativas de los clientes internos y externos, siendo indispensables para el desarrollo de una empresa con el fin brindar confianza satisfaciendo necesidades laborales que necesite el usuario.

La atención al cliente es una faceta muy importante dentro de la empresa, es una estrategia diseñada para satisfacer las necesidades y expectativas de un cliente interno y externo, donde se recoge, se da información y soluciona las necesidades, reclamos, sugerencias, inquietudes del usuario. El cliente desea siempre ser bien recibido, sentirse importante y que le brinden una atención rápida, espera recibir de los empleados un buen servicio, una información completa y segura.

1.2.1 Clientes

Según, (Franco, 2012), manifiesta que: el cliente es aquella persona que tiene necesidades y expectativas de respuestas favorables a ella. ¿Cómo se debería hacer esto? Con dos componentes básicos. Primero, sus necesidades se satisfacen por medio de bienes o servicios y segundo, sus expectativas se compensan con su actitud orientada hacer altamente complacido al cliente.

El cliente es una persona importante y estratégica dentro de la institución, se requiere de mucho tacto para tratar y resolver sus necesidades, para ello requiere una atención personalizada, ya que es un factor clave y es la principal razón del crecimiento de la empresa, lo cual la organización busca satisfacer al 100% y fidelizar al usuario, y no tener como resultado un cliente insatisfecho.

1.2.2 Clasificación de los clientes

Según, (Rico, 2017), menciona que: se centra en dos elementos básicos de la siguiente forma

- **El cliente interno**

Son aquellas personas dentro de la empresa u organización que trabajan en labores de administración, procesos productivos, almacén, investigación o dirección, y son considerados clientes porque necesitan recibir de otros compañeros o miembros de la empresa u organización, productos o servicio para poder seguir realizando su trabajo.

- **El cliente externo**

Lo que en cliente externo se considera proveedor, para los clientes internos su proveedor es la empresa en la que trabajan y reciben su salario. Esta diferencia es fundamental, porque los clientes internos no les resulta fácil cambiar de empresa o de lugar de trabajo mientras que los clientes externos puedan decir donde proveerse.

Existen dos tipos de clientes internos y externos estos clientes son de suma importancia la el funcionamiento de una empresa el cliente interno se encarga de gestionar la parte administrativa, productos y servicios que la empresa son los encargados de hacer funcionar a la empresa desde a dentro y ofrecer un buen producto y brinda un buen servicio, por otro lugar el cliente externo es la persona que aporta con el crecimiento de la empresa y de elegir quien va hacer su proveedor, es la persona más importante para una empresa.

1.2.3 Importancia de la atención al cliente

(ATCOM, 2018), manifiesta que: Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado y un servicio rápido. Cuando un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, hablará mal de la empresa con los demás consumidores y clientes e incluso en redes sociales. En caso de tener a los clientes contentos con el servicio y la atención, recomendará la empresa a los demás clientes y consumidores.

La importancia de una buena atención al cliente, es porque ayuda con el crecimiento y el éxito de una empresa no sólo depende de los negocios, sino la satisfacción de los clientes que reciben un servicio excelente. Es importante para un cliente la forma en la cual le están prestando el servicio, el anhelo de un cliente es que sobrepasen sus expectativas con respecto a la atención que se merece.

1.2.4 Calidad en la atención al cliente

Según, (Perez, 2007), manifiesta que: todo sistema de calidad en la atención al cliente se implanta para asegurar que se cumplan las políticas de calidad total de la organización y debe tener en cuenta al servicio que se va suministrar al cliente y el proceso de entregar del servicio al cliente.

La calidad en la atención al cliente es una parte fundamental en una empresa u organización al momento de brindar un servicio y atención al cliente que visita la empresa en busca de satisfacer sus necesidades y expectativas.

1.2.5 Importancia de la calidad de la atención

Según, (Pérez, 2006), manifiesta que: la buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la organización, determinando cual es la necesidad que el cliente espera y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen.

Es importante siempre brindar un servicio y atención que sobrepase las necesidades y expectativas que busca un cliente en una empresa al visitar, el cliente siempre les gusta salir satisfecho y con ganas de volver a recibir el mejor servicio y atención.

1.2.6 Atención con eficiencia

Según, (Montgomery, 2009), menciona que actualmente la administración pública moderna se ve obligada a adoptar distintas herramientas de gestión, esto obedece a la necesidad no solo de ser eficaces si no también eficientes, esta eficiencia alude directamente a la relación costo beneficio de los emprendimientos, porque no solo importa lograr los resultados sino también interesa con que costo se logra.

Una atención con eficiencia es una herramienta que beneficia con el desarrollo de la empresa, ser eficiente y eficaz al momento de atender a un usuario para poder resolver más rápido las dificultades y necesidades del cliente.

1.2.7 Tipos de clientes

El usuario enojado: este tipo de usuarios hay que tratar con sutileza, suavizar el dialogo con las palabras claves, logrando no molestar ni dar motivo para mayor enojo.

El usuario conversador: este tipo de individuos utilizan considerablemente su tiempo e incluso describen la historia de su vida.

El usuario ofensivo: ante esta situación vale ser prevenidos tratar por el lado amable dejando a un lado los malos pensamientos, permaneciendo con una actitud positiva.

El usuario infeliz: analizar que este tipo de usuario su problema es personal y con la sociedad, mas no con la sociedad, mas no con la organización.

El usuario que siempre se queja: se puede decir que es una persona que no le gusta nada, aceptar sus diferencias a la realidad debido a sus desfases en su personalidad

El usuario que no habla y el indeciso: con este tipo de usuarios mucha paciencia y ayuda, no hacer preguntas sin sugerir algunas respuestas. Brindar alternativas y colaborar en su decisión.

Existen varios tipos de clientes y con diferentes necesidades, siempre es necesario evaluar el tipo de cliente que vamos a tratar y dar una correcta atención.

1.2.8 Como evalúan los clientes su servicio

(Como evalúan los clientes su servicio, 2012), menciona:

Confiabilidad: se refiere a la capacidad de dar lo que se promete darlo de manera confiable y sin errores.

Profesionalismo: el nivel de conocimientos, el apaciguador de inspirar confianza y seguridad y la cortesía de la persona que brinda servicio.

Aspectos tangibles: las instalaciones físicas, el equipo y la presentación del lugar y de las personas que brindan servicio.

La empatía: el nivel de interés y de atención personalizada que ofrecen al personal que ofrecen las presonas que dan servicio. Ponerse en lugar de la otra persona para comprender desde su punto de vista

Los clientes siempre deben evaluar el servicio que recibieron por parte de la empresa que visitaron, es ayuda a la empresa para saber dónde están sus falencias al brindar una servicio y atención al cliente, esto es de suma importante para poder mejor su calidad de servicio.

1.2.9 Comunicación y atención al cliente

Según, (Craven, 2011), menciona que la comunicación tiene la función principal de crear y mantener relaciones; sus competencias básicas son el conocimiento de la materia, el entusiasmo y la empatía premisa básica de la comunicación interpersonal es que la forma condiciona el contenido de lo que se trasmite.

La comunicación que tiene el receptor con el emisor es una parte fundamental para poder tener conocimiento de la necesidad que tiene el cliente y como poder resolver con eficiencia, mostrando entusiasmo y mucha empatía al hacerlo.

1.2.10 Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Según, (Ligero, 2013), clasifica en tres grandes beneficios de brindar una atención de excelencia.

Primer beneficio

El cliente satisfecho, generalmente, vuelve a comprar. Por lo tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y la posibilidad de vender le el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo beneficio

El cliente satisfecho es aquel que comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por lo tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer beneficio

El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por lo tanto, la empresa obtiene como beneficio determinado lugar en el mercado.

Existen tres beneficios para conseguir la satisfacción de un cliente, para obtener eso es lo primero que regrese a la empresa, su lealtad, buena comunicación, brindar un buen producto o servicio y estar más adelante que la competencia.

1.2.11 La atención de quejas

Según, (Orgallo, 2012), menciona que la queja es una declaración relativa a las expectativas que no han sido satisfechas. Pero, además y quizás aún más importante es una oportunidad para que la organización satisficiera a un cliente insatisfecho, bien mejorando un servicio o rectificando el fallo de un producto. En este sentido la queja es un regalo que el cliente entrega a la empresa.

Las quejas o reclamos que presentan algunos clientes se debe a la mala atención que esta prestando la institución, un cliente insatisfecho es una pérdida enorme para la empresa, por lo cual, es importante mejorar su servicio y atención para evitar quejas, al momento de atender una queja debe ser prudente, demostrar los valores que la organización tiene, no todos están calificados para atender y resolver las quejas de los clientes por eso es importante estar capacitado y ser perfeccionista constantemente en la ocupación.

1.2.12 Elementos de la atención al cliente

(Tarodo, 2014), menciona los siguientes elementos de la atención al cliente:

Entorno: está formado por todos los elementos físicos por el buen funcionamiento.

Organización: es aquella que está formada por todos los elementos inmateriales o intangibles por cuales cuenta la empresa para satisfacer las necesidades de los clientes.

Empleados: son aquellos que forman parte de la empresa y que son necesarias para relacionarse con el entorno quienes los rodean.

Los elementos de la atención al cliente se basan en tres factores que son el entorno, organización y empleados, los cuales intervienen al funcionamiento en la empresa cada uno de estos elementos cumplen funciones diferentes, pero muy necesarias en la atención al cliente.

1.2.13 Imagen personal

Según, (Escudero, 2011), manifiesta que la imagen es la percepción que los otros clientes tienen de nuestra propia imagen. Las empresas y su interlocutor valoran a personas con una imagen física y psíquica que se identifiquen con la filosofía de la empresa y roce un perfil conciliador; en las que confluyen las relaciones públicas, la comunicación y un buen conocimiento de la empresa.

La imagen personal es lo primordial en una empresa, ya que es la primera impresión que se da a un cliente al momento de atenderlo esto influye mucho en las relaciones públicas y una buena comunicación, así que la imagen hay que cuidarla mucho tanto la empresarial como lo personal.

1.2.14 Barreras en la comunicación con el cliente

Según, (Rodríguez, 2015), menciona que las barreras de la comunicación afectan directamente una conservación con el cliente, define entres diferentes tipos de barreras.

Barrera física: es una dificultad, un obstáculo que se produce físicamente.

Barreras intelectuales: es un obstáculo que se produce cuando no coinciden los conocimientos del emisor y del receptor, por tanto, es fundamental el conocimiento a fondo de nuestros clientes para evitar las mismas.

Barreras psicológicas: se producen el receptor por razones personales o bien culturales no está predispuesto a escuchar o percibir ese mensaje en la forma correcta. Sucede cuando el cliente tiene distintos valores, creencia o ideología.

Las barreras en la comunicación con el cliente son las físicas, intelectuales y psicológicas, cuales intervine directamente con la conservación del cliente, cada una ellas cumplen con diferentes funciones.

1.2.15 La motivación personal y la excelencia empresarial

Según, (Mateos, 2012), afirma que en todo proceso de mejora de la calidad de una empresa el factor clave es el cliente. De él depende los requisitos del productos o servicio ofrecido, y de sus niveles de satisfacción al comprarlo o recibirlo el inicio permanente del proceso de mejora. Aunque todavía existe empresas que regalan las inquietudes y necesidades del trabajador a segundo plano hay otras que son importantes como sustente se dé la necesidad de contar con un personal satisfecho y motivado.

La motivación que debe brindar la empresa es primordial para su personal ya que ellos son los que atenderán a los clientes que frecuentan a la empresa sin motivación no existirá un servicio de calidad y eficiente así que es necesario dar charlas de motivación al personal para obtener unos resultados excelentes.

1.3 PERSONAL ADMINISTRATIVO

1.3.1 Directivo General

(Neuvoo, Empleos en Administración, s.f.), menciona que un director se encarga de coordinar todas las actividades de una empresa u organización, es decir, supervisan el desempeño de los empleados, controlan los presupuestos, establecen los objetivos generales, además de asegurar que todas estas actividades se realicen de manera eficiente, organizada, segura y rentable.

Funciones principales

- Gestionar las actividades de la organización estableciendo tareas, objetivos y prioridades.
- Desarrollar, implementar, coordinar, revisar, evaluar y mejorar los procedimientos y políticas de la empresa, además de las actividades e iniciativas
- Monitorear y supervisar el progreso de proyectos, objetivos y costos de acuerdo con los presupuestos y plazos de tiempo establecidos.
- Llevar el control de los presupuestos, colaborar con socios e inversionistas y con los departamentos de Ventas, Finanzas y Contabilidad para discutir estrategias y así poder alcanzar todos los objetivos económicos de la empresa.

El director general posee un gran puesto en la empresa es la persona encargada de tomar decisiones por el bien de la empresa esta encarga de destinar actividades.

1.3.2 Gerentes de Oficina

(Nuevoo, Gerente de Oficina, s.f.), menciona que los Gerentes de Oficina establecen las prioridades laborales y gestionan los gastos de una empresa, organización u oficina. También se encargan de analizar las operaciones y estrategias administrativas, además de supervisar el desempeño de los empleados con el objetivo de sugerir e implementar nuevos métodos y sistemas de trabajo.

Funciones principales

- Desarrollar, implementar, monitorear y revisar planes, procesos y sistemas tácticos y operativos, cumpliendo con los objetivos, criterios, políticas, procesos, presupuestos, fechas de entrega y otros requisitos de la empresa u organización.
- Contratar a nuevos empleados o asistir al departamento de Recursos Humanos durante el proceso de reclutamiento.
- Entrenar, orientar, supervisar y sancionar a miembros del personal para asegurar la eficiencia de la operación diaria de la oficina

El gerente de oficinas se encarga de analizar las operaciones y supervisar el desempeño de los empleados con diferentes funciones de desarrollar, implementar, monitorear, el contrato de nuevo personal, verificar que todo marche en orden en la empresa para poder alcanzar con los objetivos planeados

1.3.3 Secretaria General

Según, (Barreto & García Díaz, 2008), menciona que la secretaria es la persona a cuya discreción se confía un secreto. Sujeto encargado de escribir la correspondencia, corporación. Persona otra a quien sirve para este fin. De extender actas, dar fe de los acuerdos y custodiar los documentos de una oficina, asamblea o que redacta la correspondencia de aquella.

Una secretaria general es la persona encargada de hacer las actividades que el jefe requiera, debe custodiar documentos privados y reservados, debe ser siempre discreta, no puede andar ventilando los problemas o documentos de importancia para la empresa.

1.3.4 Funciones de la secretaria

(Lodoño, 2002), La competencia general de la secretaria ejecutiva es:

- Organizar
- Gestionar
- Elaborar y transmitir la información
- Gestión en lengua propia y/o extranjera
- Proporciona apoyo administrativo y realiza numerosas funciones, incluyendo la programación, escribir correspondencia, correo electrónico, manejo de visitantes, contestar llamadas.
- Responder a las preguntas y peticiones.

Las funciones que realiza una secretaria son de suma importancia en una empresa, ella es la que gestiona varias actividades que se requiere en la oficina, y es encargada en todo lo que el jefe requiera de su servicio.

1.3.5 Relaciones humanas

(Orejuela, 2001), manifiesta que: Las Relaciones Humanas como ciencia positiva y experimental, puesto todos sus componentes se basan, en los estudios y experimentos comprobados acerca de la conducta humana, nos proporciona una serie de conocimientos, métodos y técnicas que nos permite un mejor desempeño en nuestras actividades personales y profesionales.

Las relaciones humanas estudian el comportamiento de cada individuo, su forma de relacionarse con los demás individuos, la necesidad de comunicarse y poder satisfacer sus necesidades internas, llegar a tener la aprobación de la sociedad, tener el afecto con las personas que trabaja y la seguridad de contar con su equipo de trabajo.

1.3.6 Director comercial

(Ruiz, 2018), menciona que el máximo responsable de Ventas (algunas veces también de Marketing) de una empresa, sea cual sea el tamaño de ésta (PYME, Gran Empresa o Multinacional)

Funciones del departamento comercial de una empresa

- Establecer las tareas que debe desempeñar
- Definir las competencias
- Estructurar el departamento
- La remuneración.
- Elegir el número de miembros del equipo
- Seleccionar el personal
- Preparar y formar al personal
- Monitorizar la labor del departamento

Las funciones que el departamento comercial realiza dentro de una empresa es desempeñada por varios empleados que están encargados en esa área, estable tareas, definen a las competencias, selecciona al personal y lo prepara, por último monitorea las funciones del departamento.

1.3.7 ¿Cuáles son las tareas del departamento comercial?

(Ruiz, 2018), menciona cuales son las tareas del departamento comercial

1. Conocer los productos
2. Fijar los objetivos
3. Cuidar la calidad del producto o servicio
4. Saber comunicarse con el cliente
5. Seguimiento del proceso de ventas
6. Solventar problemas
7. Conocer las técnicas de comunicación
8. Ser organizado y persuasivo

Las tareas que realiza en departamento de comercialización son de suma importancia en una empresa para brindar un buen servicio de calidad, cumplen con las necesidades e inquietudes del cliente.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Tipos de Investigación

2.1.1 Investigación Descriptiva

Con la aplicación de este tipo de investigación se analizó la situación actual de la empresa desde la parte interna, con respecto al servicio y atención al cliente, que permite identificar los principales factores que afectan el correcto desempeño del personal.

2.1.2 Investigación Explicativa

Se decidió utilizar este tipo de investigación porque se busca identificar las causas que provoca la deficiencia en el personal administrativo con respecto al servicio y atención al cliente y estudiar los efectos que causará la implementación del manual.

2.1.3 Investigación Aplicada

Con la aplicación de este tipo de investigación se logrará encontrar la causa y la solución a la inconformidad del usuario de EMAPAO al momento de realizar un trámite.

2.2 Métodos de Investigación

2.2.1 Método Deductivo

Se utilizará este tipo de método deductivo en la investigación para analizar el problema partiendo de general para después analizar detenidamente de forma particular la realidad existente en la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo.

2.2.2 Método Analítico

Se utilizará este tipo de método analítico en la presente investigación que permitirá analizar los elementos o factores positivos que tiene la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo, así como también los elementos o factores negativos, lo cual esto facilitará un diagnóstico de la realidad y proponer las alternativas de una solución.

2.2.3 Método Descriptivo

La aplicación de este tipo de método en la investigación tiene como objetivo evaluar algunas de las características de una población o situación en particular, describir el comportamiento que el personal administrativo presenta al momento de brindar un servicio y atención al cliente.

2.3 Técnica e Instrumentos de Investigación

Encuesta

La encuesta se realizó a los usuarios que asisten a la empresa de EMAPAO, para la recolección de información, obtener resultados y verificar la deficiencia del personal de administración.

Entrevista

La entrevista se realizó a 2 secretarias que elaboran en la empresa para obtener información a través de un dialogo con ellas y conocer el conocimiento que tienen acerca del servicio y atención al cliente.

2.4. Matriz Diagnóstico

Tabla 1
Matriz de Diagnóstico

OBJETIVO DE DIAGNÓSTICO	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
Diagnosticar si la Empresa de EMAPAO-EP, mantiene un buen servicio al cliente	Servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • El servicio • El servicio al cliente es el único gestor de clientes leales. • Calidad en el servicio • El servicio al cliente en las entidades públicas • Características del servicio al cliente 	Entrevista	A las secretarías de EMAPAO
Identificar las bases conceptuales de la atención al cliente	Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Clasificación de los clientes • Importancia de la calidad de la atención • Atención al cliente • Tipos de clientes 	Encuesta	Usuarios de EMAPAO
Identificar el tipo de trabajadores de la Empresa de EMAPAO -EP	Personal Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Directivo General • Gerentes de Oficina • Secretaria General • Relaciones Humanos • Director Comercial 	Encuesta	Usuarios de EMAPAO

Fuente: Marco Teórico

Autora: Nathaly García

2.5 Participación

La investigación que se llevar a cabo en la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo, su población es de 32.

Tabla 2

Cuadro de la Población

POBLACIÓN	NÚMERO
Secretaria	2
Usuarios diarios	30
TOTAL:	32

Fuente: Empresa de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo.

Autora: Nathaly García

Tipo de población

Al tipo de población a quien se aplicará las encuestas es a los adultos entre 18 a 65 años de edad quienes son los que pagan sus servicios en la empresa pública,

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Encuesta

El objetivo de la encuesta es analizar las respuestas cualitativas como cuantitativa, utilizando como herramienta la tabla de resultados con porcentajes exactos.

Encuesta dirigida a los usuarios de EMAPAO

1. Cree usted que la calidad del servicio prestado y la atención al cliente de EMAPAO es:

Tabla 3

Calidad de servicio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	9	30%
Malo	12	40%
Regular	9	30%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los usuarios de EMAPAO

Autora: Nathaly García

Interpretación: De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada a los usuarios de EMAPAO, la mayoría de la población manifestaron que la calidad de servicio que recibe es malo, es decir que la empresa actualmente no está brindando un servicio de calidad.

2. El servicio prestado por EMAPAO es:

Tabla 4

El servicio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	9	30%
Malo	12	40%
Regular	9	30%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los usuarios de EMAPAO

Autora: Nathaly García

Interpretación: Los resultados de la encuesta realizadas la mayoría de la población considera que el servicio que prestan es malo y regular, mientras que una minoría considera que es bueno.

3. La atención del personal administrativo hacia usted es:

Tabla 5

La atención

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	10	33%
Malo	13	43%
Regular	7	23%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los usuarios de EMAPAO

Autora: Nathaly García

Interpretación: la mayoría de los usuarios encuestados manifiesta que la atención del personal es malo y regular, mientras que una minoría manifiesta que es bueno.

4. ¿Cuándo requiere un servicio y atención al cliente de EMAPAO, está la recibe en forma?

Tabla 6

Servicio y atención al cliente

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rápido	5	17%
Oportuna	8	27%
Demora	17	57%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los usuarios de EMAPAO

Autora: Nathaly García

Interpretación: se observó que la mayoría de los usuarios encuestados considera que cuando requiere un servicio y atención al cliente es de forma demora y menos de la mitad indican que es rápida.

5. ¿Considera usted que EMAPAO aplica normas básicas de atención al cliente interno y externo?

Tabla 7

Normas básicas de atención al cliente interno y externo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	17%
No	10	33%
A veces	15	50%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los usuarios de EMAPAO

Autora: Nathaly García

Interpretación : de acuerdo con las respuestas obtenidas por los encuestados se obtuvo como resultado que la mayoría de usuarios encuestados mencionan que a veces la empresa de EMAPAO usa las normas básicas de atención y menos de la mitad menciono que si.

6. El mecanismo que ofrece EMAPAO para atender quejas y sugerencias es:

Tabla 8

Mecanismo para atender quejas y sugerencias

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buzón de quejas y sugerencias	0	0%
Call Center	10	33%
Oficina de atención de quejas	20	67%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los usuarios de EMAPAO

Autora: Nathaly García

Interpretación: con resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los usuarios la mayoría de la población manifiesta que el mecanismo que ofrece para atender quejas y sugerencias es una oficina y la minoría menciona que es por vía de call center.

7. ¿Las quejas y reclamos presentados por los clientes son atendidos oportunamente por EMAPAO?

Tabla 9

Quejas y reclamos presentados por los clientes

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	7%
No	5	17%
A veces	23	77%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los usuarios de EMAPAO

Autora: Nathaly García

Interpretación: la mayoría de la población menciona que la quejas y reclamos presentados por los clientes es a veces son atendidos oportunamente y una minoría menciona que sus reclamos si son atendidos

8. Estaría de acuerdo en que se implemente un manual de mejoramiento de servicio y atención al cliente.

Tabla 10

Implementación de un manual de servicio y atención

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	27	90%
No	3	10%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los usuarios de EMAPAO

Autora: Nathaly García

Interpretación: la mayoría de la población considera que es necesario implementar un manual de mejoramiento de servicio y atención al cliente y menos de la mitad que no.

3.2 Entrevista

Aplicadas a la secretaria de atención al cliente y a la secretaria de talento humano de la empresa.

1. ¿Qué tipo de servicio podemos encontrar en el establecimiento?

Respuesta 1: la secretaria de atención al cliente mediante la entrevista respondió la siguiente pregunta acerca de qué tipo de servicio se puede encontrar en la empresa:

- Atención al cliente
- Recaudación
- Pago de cargos de agua
- Reparaciones de fugas de agua en el medidor
- Recepción de documentos

Respuesta 2: la secretaria de talento humano mediante la entrevista respondió el tipo de servicio que se puede encontrar en la empresa:

- Atención al cliente
- Solución de problemas
- Revisión de tramites
- Revisión y archivo de documentos

Interpretación: en la entrevista realizada a las secretarias de EMAPAO lo que concierne a la primera pregunta que se aplicó con el fin de conocer cuáles son las áreas que existe en el establecimiento.

2. Relativo a los servicios ¿Qué porcentaje de información es requerida a los usuarios para cualquier tipo de trámite?

Respuesta 1: la secretaria de atención al cliente considera que el porcentaje de información requerida a los usuarios es de un 80% verbal al usuario y un 20% de información escrito.

Respuesta 2: la secretaria de talento humano considera que el porcentaje de información requerida a los usuarios es de un 80% se entrega requisitos escritos y un 20% información verbal.

Interpretación: en las respuestas obtenidas en la entrevista a las dos secretarias consideran que la información que es requerida a los usuarios es un 80% se entrega la información por escrito un 20% la información es verbal.

3. ¿Cree usted que el adecuado manejo de documentos influye en la buena atención a los usuarios?

Respuesta 1: la respuesta de la secretaria de atención al cliente considera que un adecuado manejo de documentos si influye en una buena atención a los usuarios, porque es la guía a donde un trámite ingresado se debe dar seguimiento.

Respuesta 2: la respuesta de la secretaria de talento humano considera que el adecuado manejo de documentos si influye una buena atención a los usuarios, porque es una parte fundamental, ya que así se conoce y se encuentra rápidamente la información necesaria.

Interpretación: según a la entrevista realizada a las secretarias de la empresa consideran que un adecuado manejo de documentos influye mucho en una buena atención, es una parte fundamental para brindar un información rápida y eficiente.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA

MANUAL DE MEJORAMIENTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE OTAVALO.

4.2 JUSTIFICACIÓN

La calidad de servicio y la atención al cliente hoy en día es un elemento muy esencial y necesario en una empresa u organización. El personal administrativo debe ofrecer un buen servicio y atención al cliente el cual ayuda en el crecimiento como empresa.

Los responsables de brindar el servicio y atención deben satisfacer al máximo la necesidad de sus clientes para ello deben saber manejar una buena comunicación, saludo e interrelación, entre otros aspectos de la personalidad.

Después de realizar las encuestas se observó la necesidad de proponer la realización de un manual, ya que hay múltiples necesidades que se evidencian cada día con la prestación de servicio y atención al cliente que brinda EMAPAO-EP.

El manual de servicio y atención al cliente permitirá que el personal administrativo conozca las funciones que debe cumplir y el procedimiento para lograr un buen servicio y atención. Este tiene como finalidad identificar la agilidad, la calidad de servicio y atención, el desempeño y la motivación hacía el cliente externo.

4.3 OBJETIVOS

4.3.1 Objetivo General

Implementar un manual de mejoramiento del servicio y atención al cliente para que el personal administrativo de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo que permita mejorar y agilizar el desempeño al brindar un servicio y una buena atención.

4.3.2 Objetivos Específicos

- Mejorar el servicio y la atención al cliente mediante un manual
- Conocer lo que los clientes necesitan para sentirse satisfechos.
- Evitar las falencias que se produce en la empresa
- Socializar el manual con el personal encargado en el servicio y atención al cliente.

4.3.3 Ubicación geográfica

La ubicación donde se encuentra EMAPAO – EP es en la calle Gabriel García Moreno y Guayaquil.



Figura 1: Empresa Municipal Agua Potable y Alcantarillado Otavalo

Autora: Nathaly García



Figura 2: Ubicación geográfica

Fuente: <http://cort.as/-LbBa>

Autora: Nathaly García

4.3.4 Desarrollo de la propuesta

EMAPAO



ALCALDÍA

OTAVALO

**MANUAL DE MEJORAMIENTO DEL SERVICIO Y ATENCION AL
CLIENTE PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA
MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO DE OTAVALO**



AUTORA
TANIA NATHALY GARCÍA SÁNCHEZ

OTAVALO - 2020

MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO

MISIÓN

“Brindar servicios de agua potable y alcantarillado contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población, con honestidad, preservando el medio ambiente y buen trato a nuestros usuarios, dentro de los estándares de calidad”.

VISIÓN

“ser una empresa organizada con sostenibilidad económica y social, ampliando y mejorando la calidad de la infraestructura básica sanitaria en el sector rural, logrando el bienestar y la confianza de nuestros clientes”

INTRODUCCIÓN

El “manual de servicio y atención al cliente para el personal administrativo de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo” tiene como objetivo proponer al personal administrativo, que conozca algunas de las cuestiones relativas del servicio y atención al cliente al brindar un producto o servicio, con la expectativa de la importancia de mejorar las habilidades y destrezas en la relación con los clientes.

Al presentar este manual se espera contribuir con el desarrollo de habilidades y destrezas en el área de servicio y atención al cliente, las cuales serán potenciales por parte del personal administrativo.

El manual de servicio y atención, es sencillo y fácil de aplicar, sirve de orientación y referencia para el público en general, con un fin de mejorar la calidad del servicio prestado y una atención eficiente y eficaz, y llegar a la perfección como empresa.

En este manual comprende tres unidades básicas como el servicio, la atención al cliente y las funciones del personal, en las que los empleados puedan identificar situaciones que podrían suceder en la empresa, con respecto al servicio y atención al cliente.

TEMA 1: ¿QUÉ ES EL SERVICIO AL CLIENTE?

El servicio al cliente es un conjunto de actividades que la empresa brinda un servicio a sus clientes con el fin de que obtenga el producto cumpliendo con las necesidades, consultas, pedidos o reclamos que los clientes acudan a la empresa.

Objetivo:	Dar a conocer a los encargados el significado del servicio al cliente
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer las actividades o servicios que brinda la empresa - Cumplir con las necesidades, consultas, pedidos o reclamos de los clientes - Brindar un servicio con amabilidad y gentileza
Como dar un servicio de calidad:	<ul style="list-style-type: none"> - Salude a cada cliente con respeto - Deje que el cliente tenga su espacio - No interrumpa, (escuche al cliente) - Nunca califique al cliente por su apariencia - Busque la satisfacción total en cada cliente
Principios del servicio al cliente:	<ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad: - Disponibilidad de información. - Intercambio rápido de información - Orientación a la solución - Orientación al cliente
Conclusión:	El servicio que presta cada empresa debe ser de una manera correcta y adecuada, buscar satisfacer al cliente.



Figura 3: Servicio al cliente

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

TEMA 2: EL SERVICIO PÚBLICO

¿Qué es el servicio público?

El servidor público es la persona encargada de atender las necesidades de los clientes que van a la empresa, son los encargados del contacto directo de los clientes y tienen la responsabilidad de dar un buen servicio y la mejor imagen de la empresa.

Objetivo:	Conocer la definición del servidor y sus responsabilidades en la atención al cliente.
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> - Buena actitud - Predisposición para el cliente - Prestación del servicio sin fines de lucro - Dar un servicio de manera permanente de manera regular y continua. - Respeto e igualdad
Conclusión:	El servicio publico es el que esta encargado de brindar un buen servicio y de que la empresa mantega una imagen impecable ante el cliente.



Figura 4: Servicio al público

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

TEMA 3: LOS DIEZ MANDAMIENTOS EN EL SERVICIO AL CLIENTE

¿Qué son los mandamientos del servicio al cliente?

Los mandamientos del servicio al cliente es cuando la empresa se compromete en cumplir con ciertas reglas para mantener la fidelidad del cliente.

Objetivo:	Dar a conocer a los encargos del servicio al cliente los mandamientos que son de gran utilidad al momento de brindar un buen servicio de calidad.
Proceso:	<ol style="list-style-type: none"> 1.El cliente por encima de todo 2.No hay nada imposible cuando se quiere 3.Cumple todo lo que prometes 4.Solo hay una forma de satisfacer al cliente 5.Para el cliente, usted marca la diferencia 6.Fallar en un punto significa fallar en todo 7.Un empleado insatisfecho, genera clientes insatisfechos 8.El juicio sobre la calidad del servicio lo da el cliente 9.Por muy bueno que sea el servicio siempre se puede mejorar. 10.Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo
Conclusión:	Es importante en poner en practica estos 10 mandamientos ayuda a dar un buen servicio al usuario.

LOS DIEZ MANDAMIENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

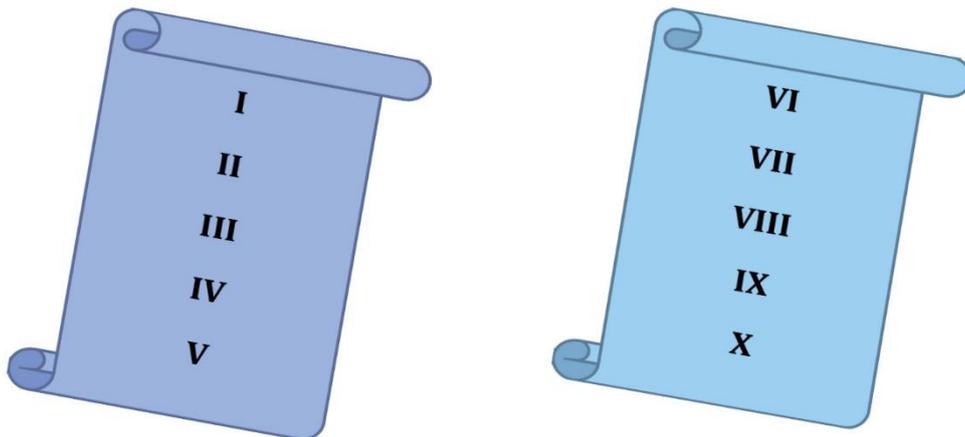


Figura 5: Mandamientos del servicio

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

TEMA 4: ERRORES Y CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE

La calidad y proceso de organizar el servicio de atención al cliente

Los elementos fundamentales para realizar un seguimiento de los procesos de atención al cliente:

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

Diferencias entre los errores y calidad de servicio al cliente

Errores de servicio al cliente que no debes cometer		Calidad de servicio al cliente que debe brindar	
Objetivo:	Evitar los errores más comunes que pueda presentar el servidor al cliente.	Objetivo:	Brindar un servicio al cliente sin cometer errores.
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> - Presentarse inadecuadamente - Mostrar apatía - Ser inflexible - Evadir las preguntas del cliente - Ofrecer solo lo que el cliente solicita - Quitar la atención al cliente 	Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> - Presentarse adecuadamente - Mostrar empatía - Ser flexible - Solucionar las preguntas del cliente - Brindar más información de que el cliente solicite - Ponerle siempre atención al cliente
Conclusión:	Evitar los errores mas comunes que existe en la empresa al momento de brindar un servicio y atención al cliente.	Conclusión:	Siempre brindar un servicio de calidad .



Figura 6: Errores y calidad en el servicio

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

UNIDAD 2

ATENCIÓN AL CLIENTE

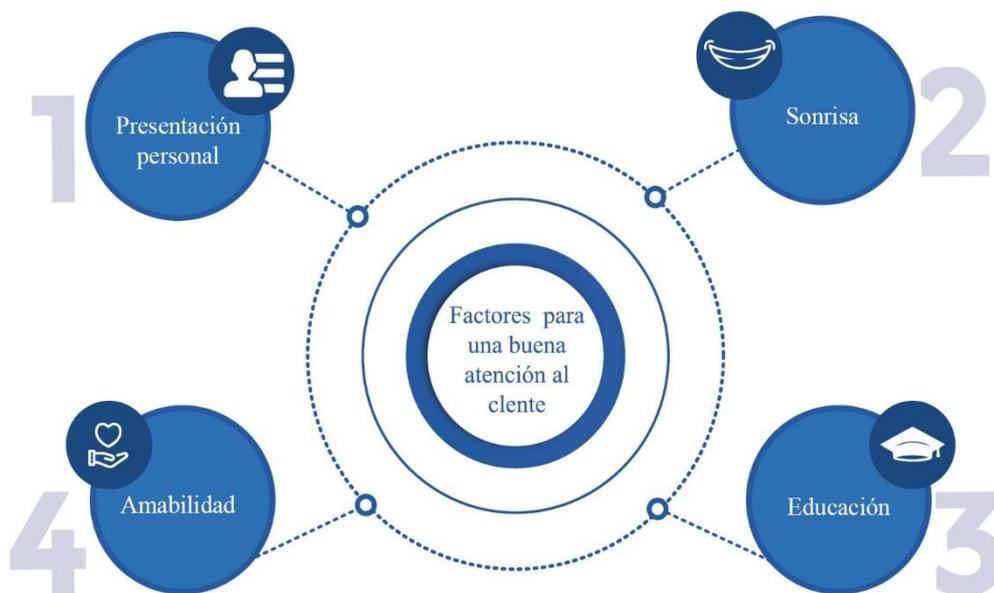
EMAPA0 | **ΟΓΑΛΟ**

TEMA 1: EL CLIENTE

El cliente es cualquier persona que tiene la necesidad de satisfacer sus inquietudes, solicitar y utilizar los servicios que brinda la institución o persona que ofrece dichos servicios.

El usuario son todas las personas que solicitan el servicio en la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo.

Los cuatro factores para una buena atención al cliente:



RECUERDE:



A los usuarios hay que tratarlos como ellos desean ser tratados.

Figura 7: El cliente

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

TEMA 2: EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

	OBJETIVO:	PROCESO:
EL SALUDO	Observar el comportamiento de la secretaria o recepcionista.	<ul style="list-style-type: none"> •Ponerse de pie •Extender la mano •Presentarse •Ponerse a la orden •Preguntar que necesita
	OBJETIVO:	PROCESO:
ESPERA	Conocer la forma de atención al cliente mientras espera la atención.	<ul style="list-style-type: none"> •Informar el motivo de la espera •Invitar a tomar a sientto mientras espera •Ofrecer algo, para distracción del cliente cómo libros, revistas o algo para tomar
	OBJETIVO:	PROCESO:
LA CORDIALIDAD	Conocer como debe ser cordial con el cliente al entrar a la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> •El trato no debe ser distante o indiferente •Contacto cortés y agradable •Comprender las diferentes culturas, implica el respeto
	OBJETIVO:	PROCESO:
DESPEDIDA	Terminar la atención al cliente de manera satisfactoria.	<ul style="list-style-type: none"> •Ponerse de pie •Extender la mano •Acompañar a la salida, si es necesario

Figura 8: Proceso de atención al cliente

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

TEMA 3: ATENCIÓN AL CLIENTE

La atención al cliente se designa como un concepto aquel servicio que presta u ofrece una empresa a un cliente, es el trato o contacto personal que la empresa u organización tiene con sus clientes.

Conociendo al Cliente

¿Quién es el cliente?

los clientes son todos los individuos que necesitan que les ayudes con sus necesidades por parte del personal de la empresa que prestan los servicios con el fin de satisfacer sus necesidades.

¿Quiénes son mis clientes?

Los clientes son personas estratégicas que favorece a la empresa a su crecimiento se establecer qué tipo de clientes o personas vamos a tratar como empresa.

Evaluar los servicios de calidad

Para obtener un buen servicio de calidad debemos seguir algunas reglas indispensables

Empleado- Cliente:	El trato debe ser bueno, armónico en donde las dos partes se sientan cómodos cada instante de la atención.
Escucha- Guía:	Escuchar y mostrar la atención al cliente, realizar preguntas y sugerir sobre el tema para mantener una buena atención al cliente y poder satisfacer las necesidades que tiene.
Quejas- Sugerencias:	Es muy importantes en la atención al cliente tener un buzón de quejas- sugerencias porque tenemos clientes satisfechos, insatisfechos en donde comunican con quejas o sugerencias algún problema o satisfacción que ha tenido donde debemos tratar con calma y amabilidad a cada uno de nuestros clientes.
Ser útil:	Ayudar a los clientes en apuros sin esperar recompensa o pago alguno crea un lazo afectivo y de amistad

Fuente: Investigación **Autora:** Nathaly García

<p>Análisis de recompensa y calidad</p>	<p>Otra parte fundamental también es nuestro equipo de trabajo, en el que debemos tenerlos motivados.</p>	<p>- Motivación: esto debe ser de forma permanente a cada uno de los empleados con charlas motivacionales, buen ambiente de trabajo y un buen liderazgo.</p> <p>- Valorar el trabajo: que se realiza todos los días con incentivos económicos, comisiones y estabilidad laboral</p>
<p>Indicaciones a seguir para llegar a una excelente prestación de servicio</p>	<p>Proceso de atención al cliente:</p>	<p>Mostrar atención: el momento que ingresa un cliente es demostrarle que para usted es una persona importante, saludándolo una bienvenida y preguntando la necesidad que tiene.</p> <p>Tener una presentación adecuada: la persona encargada de atención al cliente debe presentarse a su trabajo bien presentada para dar una buena imagen de la empresa, en el caso de utilizar uniforme respetar el horario y combinaciones asignadas.</p> <p>Atención personal y amable, de forma cordial: nos identificamos mutuamente entre el cliente y la persona que va atender, identificamos la necesidad del cliente, brindamos la información que requiere.</p>



Figura 9: Atención al cliente

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

TEMA 4: EVALUACIÓN DEL SERVICIO POR PARTE DEL USUARIO

El cliente observa todos los detalles y reacciona ante ellos, para mantener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente.

Los elementos básicos a tener en cuenta son:



La importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al cliente



Figura 10: Evaluación del servicio

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

TEMA 5: TIPOS DE USUARIOS INTERNOS Y EXTERNOS

Objetivo:	Conocer los tipos de usuarios internos y externos de la empresa.	
Proceso:	Existen dos tipos de usuarios el cliente interno y externo	
Usuario interno	Es el elemento fundamental dentro de la empresa es el adquiere la información para realizar o culminar un servicio requerido en la empresa.	<p>Encontramos algunos:</p> <p>Ejecutivos: tienen relación con los clientes externos encargados de ofrecer el producto o servicio que necesita los clientes.</p> <p>Comercial: tiene relación con los clientes internos de la empresa</p> <p>Operativo: se encarga de la elaboración del producto o servicio</p>
Usuario externo	Es la persona que no pertenece a la empresa y busca la satisfacción.	
Es necesario seguir algunos aspectos	Existen algunos aspectos que un cliente interno debe aplicar al momento de tratar con un usuario externo son:	<ul style="list-style-type: none"> - Hable directo al cliente y mirándole al rostro. - No vosee al cliente, cuando se dirija al cliente háblele de usted. - No interrumpa, deje que cliente hable primero. - Escuche con cuidado, no se distraiga - Tome nota, si fue sea necesario.



Figura 11: Tipos de usuarios interno y externo

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

TEMA 6: TIPOS DE CLIENTES Y CÓMO TRATARLOS

TIPOS DE CLIENTES	CARACTERÍSTICAS	COMO TRATARLO
El cliente discutiador	Son agresivos por naturaleza	Solicitarle su opinión. Hablar suavemente pero firme.
El cliente enojado	No hay que negar su enojo	No ponerse a la defensiva Hay que ser solidario
El cliente conservador	Estas personas pueden ocupar mucho de nuestro tiempo.	No hay que tratar de sacárselo de encima.
El cliente ofensivo	Cuando tenemos una persona ofensiva delante es muy fácil volverse "irónico" ¡NO LO HAGA!	Lo mejor es ser: Amable excepcionalmente amable
El cliente que siempre se queja	No hay nada que le guste. El servicio es malo, los precios son caros, etc.	Se debe intentar separar las quejas reales de las falsas.
El cliente exigente	Es el que interrumpe y pide atención inmediata.	Hay que tratarlos con respeto, pero no acceder a sus demandas.
El cliente coqueteador	Las insinuaciones, comentarios que realiza pueden provenir tanto de hombres como de mujeres.	Se debe mantener una actitud calmada, ubicada y profesionalismo en todo momento.
El cliente que no habla y el cliente indeciso	Es callado y no menciona al funcionario el servicio que necesita.	Hay que tener paciencia y ayudarlos

Evaluación de comportamiento de atención

Reglas importantes para la persona que atiende



Figura 12: Tipos de clientes

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

TEMA 7: CLAVES PARA UNA BUENA ATENCIÓN AL CLIENTE

El saludo	Es el primer mensaje que un cliente recibe al momento de entrar a la empresa siempre debe ser cortés y muy educado. Con su respectivo saludo “Buenos días, tardes o noches”, “Bienvenido, mi nombre es...”
La cordialidad	El trato no puede ser distante o indiferente, es importante que el contacto con el cliente sea cortés y agradable.
A nadie le gusta esperar	La atención debe ser eficiente, no implica hacer todo de una manera inmediata, pero sí valorar el tiempo del cliente.
Una pizca de flexibilidad	Hacer ciertas concesiones que se crea convenientes para generar un buen trato.
La discusión no es una opción	Siempre hay que actuar de forma profesional. Ante una opinión o reclamo por parte de un cliente, no es acertado discutir o debatir, sino mantener una postura amable y abierta al diálogo.
Elementos de comunicación	
Confianza	Es necesario crear un ambiente de confianza al momento de atender a un cliente, maltratarle interés en darle un buen servicio y satisfacer sus necesidades.
Respiración	Respire en forma natural, con tranquilidad.
Sonría	Una sonrisa transmite confianza.
Orden	Hable ordenadamente, tenga un principio, un desarrollo y un fin.
Sencillez y brevedad	-Hable con términos y vocablos simples. -Hable lo necesario.
Convicción	Su actitud corporal y su tono de voz deben ser convincentes, identifiíquese con el usuario.

Figura 13: Claves para una buena atención Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

Aspectos que impidan una buena comunicación con el cliente.

- No sea prepotente, sea modesto al presentar sus ideas, sea paciente mientras escucha.
- No sea egocéntrico
- Recriminar al interlocutor (está equivocado... no me ha entendido...)
- Lapsos o mente en blanco (ehee... sabe que...este...)
- Falta de habilidad interpretativa

TEMA 8: ¿QUÉ HACER CON LOS RECLAMOS DE LOS CLIENTES?

Lo que deben hacer para tratar los reclamos es seguir los siguientes pasos:

a) Escuchar atentamente

Dejar que el cliente exponga los motivos por los que le induce a quejarse.

b) Respetar la opinión del cliente

Anote en un papel todos los datos que el cliente mencione (en caso que sea necesario).

c) Comprometerse

Si el reclamo tiene solución, comprometerse con el cliente una forma y fecha en que se solucionará el problema

d) Controlar

Realizar el seguimiento oportuno para que se solucione el reclamo.



Figura 14: ¿Qué hacer con los reclamos de los clientes?

UNIDAD 3

PERSONAL ADMINISTRATIVO

ΕΜΡΑΘΟ | **ΟΓΑΥΑΛΟ**

TEMA 1: DIRECTOR GENERAL

Monitorear y supervisar el progreso de proyectos



Objetivo: Conocer las funciones que realiza en la empresa.

Funciones:

- Gestionar las actividades de la organización
- Establecer tareas, objetivos y prioridades.
- Implementar nuevas ideas de negocio
- Coordinar al personal administrativo
- Revisar que el personal administrativo cumpla con sus funciones
- Evaluar y mejorar los procedimientos y políticas de la empresa.

TEMA 2: DIRECTOR COMERCIAL



Objetivo: Conocer las funciones que realiza en la empresa.

Funciones:

- Sus funciones son controladas por el director general
- Dirigir, organizar y programar las actividades de comercialización
- Organizar e implementar un sistema de control de manejo de información
- Controlar al personal que tiene a cargo

TEMA 3: ASISTENTE EN ATENCIÓN AL CLIENTE



Objetivo: Conocer las funciones que realiza en la empresa.

Funciones:

- Su gestión es controlada por el jefe de comercialización
- Atención al público
- Recibir la documentación, registrar el ingreso y analizar

Figura 15: Personal Administrativo

Fuente: Investigación Autora: Nathaly García

EMPAO



ALCALDÍA

OTAVALO

OTAVALO - 2020

CONCLUSIONES

- ✓ Se concluye que el principal objetivo de la investigación fue analizar, establecer y determinar el nivel de servicio que la empresa ofrece a los clientes, el resultado de análisis se determina que actualmente existe una dificultad al brindar un servicio.
- ✓ El personal administrativo que trabaja en EMAPAO no maneja un nivel equilibrado para brindar un excelente servicio y atención de calidad.
- ✓ Mediante en el análisis de la investigación realizada en EMAPAO, se concluye que el desempeño que realiza el personal administrativo existe un problema en servicio y de atención al cliente.
- ✓ Los valores y buenos principios de cada individuo hacen la diferencia de la empresa en los aspectos del servicio y atención al cliente.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda que el personal administrativo utilice el manual para el beneficio del crecimiento como empresa, el mismo que será de gran ayuda para mejorar en el aspecto laboral.
- ✓ Realizar charlas de reflexión e integración grupal para mejorar las relaciones humanas y fortalecer los valores y principios
- ✓ Se recomienda que la empresa que el personal administrativo se instruya más en como brindar un buen servicio y una atención.
- ✓ Se recomienda que le personal administrativo de EMAPAO trimestralmente se capacite cómo dar un buen servicio y atención al cliente.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Actitud:** Manera de comportarse una persona.
2. **Agilidad:** Habilidad rápida para hacer las cosas.
3. **Analizar:** Examinar detalladamente una cosa
4. **Amabilidad:** Cualidad de amable.
5. **Atención:** Atento al bienestar o seguridad de una persona o muestra respeto, cortesía o afecto hacia alguien.
6. **Brevedad:** Corta duración o extensión de una cosa.
7. **Calidad:** Superioridad o excelencia de algo o de alguien
8. **Confianza:** Seguridad que una persona tienen algo.
9. **Convicción:** Acción de convencer.
10. **Comunicación:** Acción de comunicar o comunicarse.
11. **Cortesía:** Amabilidad, consideración y buena educación de la persona cortés
12. **Cliente:** Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa
13. **Discusión:** Acción de discutir
14. **Elementos:** Principios básicos o fundamentales de una ciencia o un arte.
15. **Ética:** Conjunto de costumbres y normas que dirigen el comportamiento humano.
16. **Eficiencia:** Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función
17. **Empresa:** Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción
18. **Empatía:** Generalmente en los sentimientos de otra persona.
19. **Excelencia:** Superior calidad o bondad que hace digna de aprecio
20. **Éxito:** Resultado, en especial feliz
21. **Expectativa:** Lo que se espera conseguir por medio de oportunidades eventuales.

22. **Fidelizar:** Conseguir fidelidad de algo o alguien.
23. **Filosófica:** De la filosofía o relacionado con ella.
24. **Flexibilidad:** Capacidad para adaptarse con facilidad a las diversas circunstancias o para acomodar las normas
25. **Habitual:** Deriva de hábito, que se realiza seguidamente.
26. **Interacción:** Acción recíproca entre dos o más personas.
27. **Imagen personal:** Carta de presentación ante otras personas.
28. **Importancia:** Valor, interés o influencia de una cosa.
29. **Motivación:** Acción de motivar a una persona.
30. **Orden:** Situación o estado de normalidad o funcionamiento correcto de algo.
31. **Organización:** Acción de organizar u organizarse.
32. **Profesionalismo:** Práctica de un deporte u otra actividad como profesión o modo de ganarse la vida.
33. **Quejas:** Resentimiento o disgusto que se tiene por la actuación o el comportamiento de alguien
34. **Rapidez:** Cualidad de rápido.
35. **Respeto:** Como se trata a una persona de una forma educada.
36. **Saludo:** Palabra, expresión, gesto o cualquier otro acto que una persona dirige a alguien
37. **Secretaria:** Persona encargada de brindar ayuda a un jefe, encargada de redactar oficios, correspondencias, actas etc.
38. **Servicio:** Trabajo, especialmente cuando se hace para otra persona.

BIBLIOGRAFÍA

1. ATCOM. (29 de enero de 2018). Obtenido de ATCOM:
<https://www.atcom.cl/importancia-de-la-atencion-al-cliente>
2. Barreto, T., & García Díaz, C. (2008). Manual par el desempeño profesional profesional de la secretaria. Obtenido de Manual par el desempeño profesional profesional de la secretaria.
3. Choque, O. (7 de julio de 2013). monografias.com. Obtenido de monografias.com:
<https://www.monografias.com/trabajos109/teoria>
4. Como evalúan los clientes su servicio. (21 de enero de 2012). Recuperado el 27 de julio de 2019, de Como evalúan los clientes su servicio:
<https://www.entrepreneur.com/article/264925>
5. Craven, R. (2011). La obra el cliente es el Rey.
6. Desanick, R. (2000). El secreto del Servicio. Caracas: Legis IESA.
7. Escudero, M. (2011). Gestión comercial y servicio al cliente . Madrid- España : Ediciones Paradinfo SA.
8. Franco, D. (2012). Pincelazos del servicio al cliente: un estilo de vida. Bogotá: Editorial Politécnico Grancolombiano.
9. Gómez, H. (2006). Servicio al Cliente: Una Nueva Visión, clientes para siempre (3° ed.). Bogotá: Paramericana Editoria.
10. Ligeró, M. (2013). Atención básico en el proceso comercial. Málaga: IC Editorial .
11. Llorens. (2010). En su obra: Éxitos en Gestión . Mexico: Mc Graw Hill.
12. Lodoño, M. (2002). Habilidades de gestión para la secretaria eficaz. España.
13. Mateos, M. (2012). Atención básico al cliente. Málaga: IC Editorial.
14. Montgomery, K. (2009). Servicios de Calidad . U.S.A: McGraw Hill.
15. Neuvoo, Empleos en Administración. (s.f.). Recuperado el 7 de julio de 2019, de Neuvoo, Empleos en Administración: <https://neuvoo.es/neuvooPedia/es/director-general/>
16. Neuvoo, Gerente de Oficina. (s.f.). Recuperado el 7 de julio de 2019, de Neuvoo, Gerente de Oficina: <https://neuvoo.es/neuvooPedia/es/gerente-de-oficina/>
17. Nuño, P. (20 de abril de 2017). Emprendepyme.net, La auditoría interna. Recuperado el 7 de julio de 2019, de Emprendepyme.net, La auditoría interna:
<https://www.emprendepyme.net/auditoria-interna.html>
18. Orejuela, E. (2001). en su obra Relaciones Humanas. Guayaquil- Ecuador: Nueva luz.
19. Orgallo, C. (2012). La atención al cliente y el servicio pos venta . México : Ediciones Díaz Santos .

20. Perez, J. (2007). Estrategias de Motivación hacia el uso del Laboratorio de Medición y Evaluación de la Universidad Simón Bolívar. Bolívar.
21. Pérez, V. (2006). En su libro Calidad Total en la Atención al Cliente, Ideas Propias. Editorial S.L, 13 agosto 2010.
22. Protocolo y Etiqueta . (5 de febrero de 2020). Obtenido de Protocolo y Etiqueta : <https://www.protocolo.org/laboral/relaciones-laborales/los-clientes-atencion-amabilidad-y-cortesia-.html>
23. Rico, F. (2017). Comunicación Empresarial y Atención al cliente (2a Edición ed.). Madrid-España: Ediciones Paraninfo SA.
24. Rojas. (1990). Relación comercial estructurada. Mc Graw Hill Interamericana S.A.
25. Romero, M. (s.f.). HumanSmart. Las 7 claves de oro del servicio al cliente. Recuperado el 7 de julio de 2019, de HumanSmart. Las 7 claves de oro del servicio al cliente: <https://humansmart.com.mx/las-7-claves-de-oro-del-servicio-al-cliente-1>
26. Ruiz, V. (29 de agosto de 2018). Emprendepyme.net, Funciones del departamento comercial de una empresa. Recuperado el 27 de julio de 2019, de Emprendepyme.net, Funciones del departamento comercial de una empresa: <https://www.emprendepyme.net/funciones-del-departamento-comercial-de-una-empresa.html#bloque-2>
27. Rusell, B. (2016). Fundamentos de Filosofía. España: España.
28. Tarodo. (2014). Comunicación empresarial y atención al cliente . Madrid: RA-MA Edit.
29. Touriñán, J. (12 de julio de 2019). Educación en Valores, Educación Intercultural y Formación para la Convivencia Pacífica.
30. Vallejo, J. (1996). Relaciones Humanas (8° Edición ed.). Fraga.
31. Vargas Quiñones, M. (2011). Calidad de Servicio: conceptos y herramientas. Bogotá: CO: Eco ediciones.
32. Villarroel, J. (2011). Manual de investigación Documental. Quito: Quito: Ediciones 2da edición.

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA MODALIDAD SEMI-PRESENCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL EMAPAO- EP

Estimado/a Usuario/a

Por favor contestar de forma clara las siguientes preguntas, mismas que serán de mucha utilidad para fines académicos.

Instrucciones

Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una X la respuesta que le crea conveniente.

Objetivo

Conocer su percepción acerca del servicio y a la atención que recibe por parte de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Otavalo.

1. Cree usted que la calidad del servicio prestado y la atención al cliente de EMAPAO es:

- Bueno
- Malo
- Regular

2. El servicio prestado por EMAPAO es:

- Bueno
- Malo
- Regular

3. La atención del personal administrativo hacia usted es:

- Bueno
- Malo
- Regular

4. ¿Cuándo requiere un servicio y atención al cliente de EMAPAO, está la recibe en forma?

- Rápida
- Oportuna
- Demora

5. ¿Considera usted que EMAPAO aplica normas básicas de atención al cliente interno y externo?

- Si
- No
- A veces

6. El mecanismo que ofrece EMAPAO para atender quejas y sugerencias es:

- Buzón de quejas y sugerencias
- Call center
- Oficina de quejas

7. ¿Las quejas y reclamos presentados por los clientes son atendidos oportunamente por EMAPAO?

- Si
- No
- A veces

8. Estaría de acuerdo en que se implemente un manual de mejoramiento de servicio y atención al cliente.

- Si
- No

ANEXO 2



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
MODALIDAD SEMI-PRESENCIAL**

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA SECRETARIA DE EMAPAO

1. ¿Qué tipo de servicio podemos encontrar en el establecimiento?

.....
.....
.....
.....
.....

2. Relativo a los servicios ¿Qué porcentaje de información es requerida a los usuarios para cualquier tipo de trámite?

.....
.....
.....
.....
.....

3. ¿Cree usted que el adecuado manejo de documentos influye en la buena atención a los usuarios?

.....
.....
.....
.....
.....

ANEXO 3

REGISTRO DE FOTOGRAFIAS

Instalaciones



Ventanillas de EMAPAO



Sala de espera



Secretaria General

Encuentras a los usuarios



Personal administrativo

