



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)**  
**DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**  
**LICENCIADA EN SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**

**TEMA:**

**LA COMUNICACIÓN DE LAS SECRETARIAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE**  
**DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “SAN ANTONIO” -**  
**AGENCIA BABAHOYO.**

**AUTORA:**

**ESTEFANIA ZULAY GALARZA GUILLIN**

**TUTOR:**

**LCDO. FAUSTO VIDAL TROYA HIDALGO MSC.**

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2019**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**OFICIO PARA SOLICITAR EL PERMISO**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**DEPARTAMENTO DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**



Babahoyo abril 4, 2019

Lcdo.  
 Carlos Fernández  
**JEFE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "SAN ANTONIO" AGENCIA BABAHOYO**  
 Ciudad.-

De mis consideraciones:

Reciban un cordial saludo de quien suscribe, la presente tiene la finalidad de darle a conocer que la señorita **GALARZA GUILLIN ESTEFANIA ZULAY**, con cédula de identidad # **125013797-1**, egresada de la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación de la Universidad Técnica de Babahoyo, se encuentra en el proceso de TITULACIÓN, por tal motivo solicito a Ustedes de la manera más comedida se le permita a la mencionada estudiante realizar su trabajo de investigación en la empresa que Ustedes acertadamente dirigen; además que se le brinde información de la empresa como son: razón social de la empresa, misión, visión, actividad económica, valores institucionales, números de empleados que laboran y áreas departamentales de la empresa; además se le brinde la facilidad para realizar la respectiva entrevista para su proceso de investigación. La investigación se enfocará exclusivamente en el área secretarial con el tema: **"LA COMUNICACIÓN DE LAS SECRETARIAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE"**.

Por la atención favorable que se sirvan dar a la presente, reciban mis agradecimientos personales e institucionales.

Atentamente;

*Lic. María Elena Salazar Sánchez*  
 Lic. María Elena Salazar Sánchez, MSc.  
**COORDINADORA DE LA CARRERA**  
**SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**



*Autenticado*  
*[Signature]*

**SAN ANTONIO**  
 Cooperativa de Ahorro y Crédito  
**RECIBIDO**  
 POR: *[Signature]*  
 HORA: 14:14  
 FECHA: 2019-04-04



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, ESTEFANIA ZULAY GALARZA GUILLIN portadora de la cédula de ciudadanía 125013797-1, en calidad de autor (a) del Documento Probatorio de la Dimensión Práctica de Exámen Complexivo, previo a la obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo Bilingüe, declaro que soy autor(a) del presente trabajo de investigación el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**LA COMUNICACIÓN DE LAS SECRETARIAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "SAN ANTONIO" - AGENCIA BABAHOYO.**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

Estefania Galarza G  
ESTEFANIA ZULAY GALARZA GUILLIN

C.I. 125013797-1



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME  
DEL ESTUDIO DE CASO CORRESPONDIENTE AL EXAMEN DE  
CARÁCTER COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.**

 **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**   
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME  
DEL ESTUDIO DE CASO CORRESPONDIENTE AL EXAMEN DE  
CARÁCTER COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.**

**Babahoyo, 22 de abril de 2019**

En mi calidad de Tutor del Documento Probatorio de la Dimensión Práctica de Examen Complexivo, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 008, con fecha del 2 de abril de 2019, mediante resolución N° CD-FAC.C.J.S.E-SO-003-RES-002-2019, certifico que la Señorita ESTEFANIA ZULAY GALARZA GUILLIN, ha desarrollado el trabajo de investigación titulado:

**LA COMUNICACIÓN DE LAS SECRETARIAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE  
DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "SAN ANTONIO" -  
AGENCIA BABAHOYO.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

  
**LCDO. FAUSTO VIDAL HIDALGO TROYA MSC.**  
**DOCENTE DE LA FC.ISE.**

III



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**INFORME DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DEL SISTEMA SAI**

 **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

FECHA: 24/4/2019  
HORA: 9:47

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACION  
 ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO  
 SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE  
 UNIDAD DE TITULACIÓN

**SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN**

**DOCENTE TUTOR:** HIDALGO TROYA FAUSTO VIDAL  
**ESTUDIANTE:** GALARZA GUILLIN ESTEFANIA ZULAY  
**PERIODO ACADÉMICO:** ENERO 2019 - MAYO 2019  
**MODALIDAD DE TITULACIÓN:** EXAMEN COMPLEXIVO  
**FASE DE MODALIDAD:** FASE PRACTICA  
**PROYECTO DE TITULACIÓN:** LA COMUNICACIÓN DE LA SECRETARIAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

**INFORMACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN**

LA COMUNICACIÓN DE LA SECRETARIAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE						
FASE	F INICIO	F FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO	
FASE PRACTICA	2019-04-02	2019-04-25	TERMINADO	90%	HABILITADO	

**INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO**

INTRODUCCION						
ACTIVIDAD	F INICIO	F FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO	
INTRODUCCION	2019-04-18	2019-04-19	TERMINADO	90%	HABILITADO	

CONCLUSIONES						
ACTIVIDAD	F INICIO	F FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO	
CONCLUSIONES	2019-04-08	2019-04-18	TERMINADO	90%	HABILITADO	

BIBLIOGRAFICA						
ACTIVIDAD	F INICIO	F FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO	
BIBLIOGRAFIA	2019-04-15	2019-04-16	TERMINADO	80%	HABILITADO	

ANEXOS						
ACTIVIDAD	F INICIO	F FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO	
ANEXOS	2019-04-17	2019-04-19	TERMINADO	100%	HABILITADO	

DESARROLLO						
ACTIVIDAD	F INICIO	F FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO	
DESARROLLO	2019-04-17	2019-04-18	TERMINADO	80%	HABILITADO	

TRABAJO FINAL						
ACTIVIDAD	F INICIO	F FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO	
TRABAJO FINAL	2019-04-22	2019-04-22	TERMINADO	100%	HABILITADO	

  
 HIDALGO TROYA FAUSTO VIDAL  
 DOCENTE TUTOR

  
 GALARZA GUILLIN ESTEFANIA ZULAY  
 ESTUDIANTE



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**RESULTADO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**

 **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**   
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**

**RESULTADO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DOCUMENTO PROBATORIO DE EXAMEN COMPLEXIVO, TITULADO: LA COMUNICACIÓN DE LAS SECRETARIAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "SAN ANTONIO" - AGENCIA BABAHOYO.

PRESENTADO POR LA SEÑORITA: ESTEFANIA ZULAY GALARZA GUILLIN

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

10

EQUIVALENTE A:

Diez (Excelente)

TRIBUNAL:

  
MSC. MARÍA SALAZAR SÁNCHEZ  
DELEGADO DEL DECANO

  
MSC. JUAN GUEVARA ESPINOZA  
DOCENTE ESPECIALISTA

  
LCDO. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL  
DELEGADO DEL CIDE

  
ABG. ISELA BERRUZ MOSQUERA  
SECRETARIA DE LA  
FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA ANTIPLAGIO**

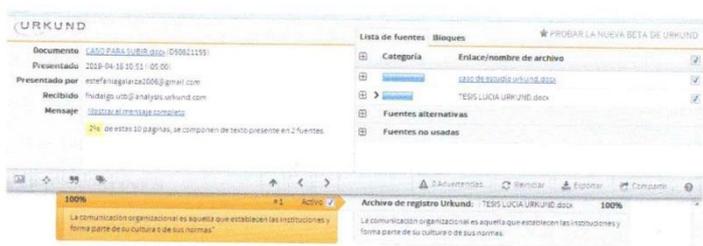
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**

**CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA ANTIPLAGIO**

Babahoyo, 23 de abril de 2019

En mi calidad de Tutor del documento Probatorio Dimensión Práctica de Examen Complexivo de la Señorita ESTEFANIA ZULAY GALARZA GUILLIN, cuyo tema es: **LA COMUNICACIÓN DE LAS SECRETARIAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN ANTONIO - AGENCIA BABAHOYO**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **2%**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

  
**LCDO. FAUSTO VIDAL HIDALGO TROYA MSC.**  
**DOCENTE DE LA FCJSE**

V



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se ha recopilado información fidedigna de acuerdo al tema La comunicación de las secretarias en la atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Antonio” - Agencia Babahoyo, haciendo uso de la investigación de tipo descriptivo, método inductivo y la entrevista que permitieron analizar y describir los factores más importantes de la problemática.

La problemática está basada en el déficit de comunicación que trayendo consigo algunos factores como: déficit de información por parte los empleados, retrasos en la atención, falta de tino al momento de atender al cliente por parte de las secretarias y falta de capacitación, siendo estos aspectos puntos claves en la prestación de un buen servicio, puesto que es un indicador de gran relevancia que ayuda a la emotividad, eficacia y eficiencia en el ejercicio de sus labores.

Se describe en el estudio de caso la importancia de la comunicación en el pleno de una institución en donde el personal demuestra todas sus habilidades y conocimientos de manera que trabajen en conjunto para alcanzar los objetivos corporativos propuestos, que de una u otra manera beneficie a la organización en su crecimiento y desarrollo organizacional tanto en el ámbito social como económico. Además contribuye al mejoramiento de los procesos comunicativos que se visualiza en el estilo de liderazgo, la toma de decisiones, la cultura, el trabajo en equipo y en la atención al cliente ofreciendo servicios de calidad que satisfagan sus necesidades y supere sus expectativas mejorando el prestigio y la imagen de la empresa ante sus competidores proveedores y sociedad en general

**Palabras claves:** Comunicación secretarias, Atención cliente, desarrollo organizacional, servicio calidad

## INDICE GENERAL

CARATULA.....	
OFICIO PARA SOLICITAR EL PERMISO.....	I
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL .....	II
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME DEL ESTUDIO DE CASO CORRESPONDIENTE AL EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.....	III
INFORME DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DEL SISTEMA SAI .....	IV
RESULTADO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN .....	V
CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA ANTIPLAGIO .....	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN .....	VII
INDICE GENERAL .....	VIII
2. INTRODUCCION .....	1
3. DESARROLLO .....	3
3.1 Justificación.....	3
3.2 Objetivo .....	4
3.4. Técnicas Aplicadas .....	10
3.6 Resultados obtenidos .....	11
3.7 Soluciones planteadas.....	13
4. CONCLUSIONES .....	15
5. BIBLIOGRAFÍAS .....	17
6. ANEXOS.....	

## 2. INTRODUCCION

La presente investigación se relaciona con las líneas de investigación de la carrera en la Gestión del conocimiento la cual permite el desarrollo necesario para la sublineas en la Gestión del conocimiento en las actividades secretariales que facilitan la gestión administrativa en el desarrollo de las actividades realizadas por los profesionales en cuanto a la comunicación de las secretarias en la atención al cliente con la finalidad de ayudar al crecimiento y desarrollo de la organización.

El presente trabajo de investigación se enfoca en describir la comunicación de las secretarias en la atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio, se encuentra ubicada en Av. Malecón 9 de octubre y Sucre sus inicios se dieron en los años 1968-1969 en la antigua parroquia Montalvo, es una entidad financiera que ofrece a la comunidad servicios como: ahorro, créditos (consumo, micro crédito, crédito de vivienda), tarjeta de débito, pagos y recaudaciones, cajeros automáticos. Esta institución se rige por estatutos establecidos en normas cooperativistas las cuales cumplen a cabalidad para mostrar al cliente y a la sociedad en general su cultura financiera.

La problemática está basada en el déficit de comunicación que trayendo consigo algunos factores como: déficit de información por parte los empleados, retrasos en la atención, falta de tino al momento de atender al cliente por parte de las secretarias y falta de capacitación, siendo estos aspectos puntos clave en la prestación de un buen servicios, las secretarias deben atender a los clientes con cortesía, amabilidad y simpatía porque de ello depende el grado de profesionalismo percibido por los usuarios, lo cual genera confianza y satisfacción.

La comunicación es un proceso que permite el intercambio de información, sentimientos y emociones a través del contacto que se genera con una o varias personas que interactúan entre si debido a esto la sociedad actual ha comenzado a tomar conciencia de la importancia de la comunicación, en el mundo empresarial no pasa desapercibido porque están consciente de los problemas que se originan por la falta de comunicación

( quejas, falta de motivación) por ello es sumamente importante brindar al usuario un servicio de calidad debido a que el cliente actual se muestra cada vez más exigente y espera que las empresas les ofrezcan un servicio de excelencia que supere sus necesidades y expectativas en la atención brindada.

La metodología empleada para el desarrollo de este estudio de caso es la investigación de tipo descriptivo porque permite describir los aspectos más importantes de la situación problemática, el método inductivo que permitió analizar los factores negativos como el déficit de comunicación entre los miembros de la entidad hacia los clientes que repercuten en la calidad del servicio además se aplicó como técnica las entrevistas basadas en cuestionarios (Anexo 1) realizadas tanto al jefe de la agencia, empleados y usuarios.

A través del análisis de resultados obtenidos se pudo evidenciar factores negativos para validar las diferentes posturas sobre la importancia de la comunicación porque constituye uno de los elementos claves que permiten llegar al cliente algunos usuarios opinaron que las secretarias no utilizan una comunicación fluida y un lenguaje adecuado al momento de darle una información sobre algún crédito que la entidad financiera ofrece, además que la información que brinda es a veces eficiente para agilizar los trámites ocasionando inconformidad en los usuarios.

Esta investigación se realizará con la finalidad de generar conocimientos acerca de la calidad en el servicio al cliente que brindan las secretarias cuando prestan un servicio mejorando de esta manera su rendimiento en el desarrollo de las actividades para que sean realizadas con eficacia y eficiencia, donde interviene la escucha activa como un medio de comunicación poderoso que establece la relación con los clientes por eso es importante que la secretaria demuestre seguridad y confianza porque ella constituye el vínculo entre la organización y los usuarios.

### **3. DESARROLLO**

#### **3.1 Justificación**

En esta investigación se pretende demostrar la importancia de comunicación en el intercambio y transmisión de información, emociones, actitudes por medio de la interacción con uno o varios individuos, por ello es fundamental que un profesional en el área secretarial maneje una comunicación fluida. Actualmente los directivos de las empresas reconocen la importancia tiene la comunicación, porque de esta manera los empleados se sentirán más comprometidos con las actividades que realizan y a su vez fortalece la relación comunicativa entre sus colaboradores que se ve reflejada en la atención que brindan las secretarias a sus clientes y al público en general que se acerca a la empresa.

El estudio es factible porque genera cambios positivos que favorecerán a organización en la prestación de servicios logrando la satisfacción del cliente además se cuenta con la predisposición de los empleados y los directivos de la organización con el propósito de ofrecer un buen servicio por ello se sugiere implementar talleres virtuales a través del uso de la tecnología porque ahora gracias a la misma se pueden recibir capacitaciones en línea sobre la verdadera atención al cliente en relación a la calidad de servicio, que les servirán de mucha ayuda en la prestación de un servicio además impulsaría la búsqueda de la mejora de la comunicación para que no se pierda la coherencia, la identidad y cultura de la empresa.

La comunicación influye de manera positiva dentro del área administrativa porque las empresas actualmente buscan profesionales altamente capacitados en conocimientos y habilidades con principios éticos de manera que trabajen en conjunto para alcanzar los objetivos corporativos que de una u otra manera beneficie a la organización en su crecimiento y desarrollo organizacional tanto en el ámbito social como económico, además contribuye al mejoramiento de los procesos comunicativos que se visualiza en el estilo de liderazgo, la toma de decisiones, la cultura, el trabajo en equipo y en la atención al cliente ofreciendo servicios de calidad que satisfagan sus necesidades.

Este estudio tendrá un aporte significativo dentro del campo secretarial porque les servirá de mucha ayuda a los profesionales de secretariado de manera que no sólo les contribuirá a conocer las técnicas adecuadas para atender al cliente sino que además fortalecerá los lazos comunicativos entre los funcionarios y los empleados de la entidad porque se sentirán parte activa dentro del funcionamiento y éxito de la organización logrando que ellos demuestren todas sus habilidades y capacidades tanto físicas como intelectuales al momento de llevar a cabo las tareas encomendadas

A través de esta investigación se beneficiarán las secretarias porque son quienes atienden directamente a los clientes y al público pues tendrán un enfoque más claro acerca de las técnicas de comunicación que deben utilizar cuando tienen contacto con el cliente y la institución porque estará conformada por auténticos líderes y esto influirá de manera positiva en la imagen de la empresa ante sus competidores, usuarios y la sociedad en general.

### **3.2 Objetivo**

Analizar de qué manera la comunicación e las secretarias influye en la atención al cliente de la cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio - Agencia Babahoyo encaminando un vía comunicacional entre la secretaria y el cliente para optimizar las actividades diarias en el ámbito profesional.

### **3.3. Sustentos Teóricos**

En el marco “La comunicación es el fundamento de toda la vida social” (Martínez , 2012, pág. 1) el ser humano es por excelencia comunicativo porque siente la necesidad de expresarse a través del lenguaje, la escritura, el arte, etc, por eso es importante que dentro de un grupo social exista la comunicación porque permite el intercambio de información, datos, signos y gestos como respuesta a un comportamiento específico de una persona sin ella el mismo dejaría de existir

Por lo consiguiente” La comunicación consiste en la interacción entre personas para transmitir o intercambiar información, ideas o sentimientos” (Peña & Pablo Batalla, 2016, pág. 17), es un proceso dinámico que permite el intercambio de información, ideas, estados de ánimo por parte del emisor esperando el retorno del receptor, es decir la respuesta del mismo acerca del mensaje desde este punto de vista la comunicación implica el saber hablar y escuchar, compartir diferentes opiniones cuando se establece un contacto con uno o varios individuos.

Para (Equipo Editorial, 2018) “ La comunicación es el intercambio de información entre uno o mas miembros de una empresa con un fin previamente planificado, sirve de enlace, entre los niveles jerárquicos de la organización” (p.5) el contexto en el que se utilice la comunicación determina el éxito de la misma, lo cierto es que este es uno de los factores que no se tiene en consideración cuando se inicia un diálogo, no solo cuando se tiene en frente al individuo sino también con los diferentes canales de comunicación que se utilizan para comunicarse por eso es importante usar un lenguaje adecuado según las situaciones por ejemplo en la empresa no se habla de la misma manera que en el hogar con familiares y amigos.

La importancia de la comunicación radica en que “Es un proceso mediante el cual dos o más personas, a través de unos canales establecidos transmiten información que puede ser respondida, en caso de existir feedback (retroalimentación) o no respondida” (Montaño, 2015, pág. s.p), para hablar de comunicación debe existir el feedback es decir el retorno de la información por parte del receptor, el proceso comunicativo es eficaz cuando ambos tanto el emisor como el receptor son agentes activos porque tienden a desarrollar la capacidad de estar en contacto en cualquier momento

Por medio de la “Comunicación verbal el sujeto emisor transmite una información o mensaje, de una forma tanto descriptiva como operativa al receptor o al interlocutor con el que comparte un código en común” (Abellan , 2016, pág. 4), este tipo de comunicación implica que el individuo (emisor) transmita un mensaje breve, claro y preciso sin dar tanta vueltas para que el receptor entienda, capte el mensaje y de una respuesta coherente sin

que exista obstáculos o barreras de comunicación como el ruido, distracciones entre otros que distorsionen el contenido de la información.

Cuando la comunicación es eficaz “El comunicador con lenguaje claro no utiliza palabras rebuscadas, ni términos inflados para tratar de convencer al público de su capacidad y conocimiento (Gonzalez , 2015, pág. 8), un buen orador tiene la habilidad de hablar en frente de un auditorio con un determinado número de personas haciendo uso de sus cualidades para dar un buen discurso, sin utilizar palabras rebuscadas que en algunos casos el público no puede entender su significado, con mucha sencillez pero con profundidad tienen la capacidad de llegar a la audiencia con un mensaje relevante que sea entendido por todas las personas sin que exista alguna duda.

Por lo consiguiente “La comunicación organizacional es aquella que establecen las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas” (De Castro, 2016, pág. 15), por eso es indispensable que la comunicación entre los funcionarios y los empleados de la entidad sea fluida para que puedan compartir la información que se genere además les permite estar informado de los cambios que se generan dentro de la institución y de esta manera podrán ofrecer al cliente una información fidedigna que deriva un buen servicio logrando satisfacción en los mismos.

La comunicación se ha convertido en uno de las claves para el éxito de las organizaciones. “El objetivo de la comunicación pueden ser muy variados en el pleno de la empresa en y dentro de la atención al cliente” (Gago, 2016, pág. 75), en todas las instituciones ya sean públicas o privadas según la actividad a la que se dedican la comunicación juega un papel muy importante dentro de las mismas porque de ella depende que se brinde un servicio de calidad a los usuarios, para ello la comunicación interna debe ser eficaz los empleados que trabajan en la empresa se sientan motivados y creen vínculos afectivos que satisfagan sus necesidades sociales, promoviendo la satisfacción laboral.

En lo que respecta a “La comunicación interna es el principal artífice de la transparencia en la organización y por lo tanto no debe ser considerada como un mero vehículo de transmisión de información” (Cervera, 2015, pág. 245), por eso es necesario que sea definida para que sea utilizada como método de gestión en el alcance de los objetivos corporativos, lo cierto es que la comunicación debe estar presente dentro de todas las entidades porque establece la relación que se da entre los miembros de la empresa. Su propósito es mostrar al público interno y externo, así como a sus competidores la identidad corporativa de la empresa que permite diferenciarla del resto de las organizaciones que componen el mercado.

Cuando dos o más individuos interactúan entre sí de un tema en común, establecen una relación comunicativa es decir que “ Comunicarse es hacer llegar a otras personas nuestros conocimientos y pensamientos, para que exista la comunicación debe haber un emisor, un receptor, un mensaje y un canal a través del cual se envía el mensaje” (Fernandez & Fernandez , 2017, pág. 2), por lo tanto una persona transmite el mensaje por medio del canal a otra y está a la vez da una respuesta del mismo, es importante que la información que se envía sea clara, precisa y concisa para que sea entendido por quien recibe el mensaje.

En la actualidad “Los medios de comunicación masiva juegan el papel de mecanismo para la promoción de productos y servicios” (Golovina, 2014, pág. 191) , a través de ellos se pueden dar a conocer a los clientes y consumidores las características y promociones incentivando al consumo. La comunicación masiva se difunde por medio de la tecnología utilizada como instrumento que motiva a los consumidores a comprar, su propósito es satisfacer las necesidades e intereses de los clientes y la sociedad en general. Se debe tener en cuenta que no sólo los medios de comunicación utilizados por las empresas buscan al consumidor, sino que también son ellos quienes buscan información de los productos que se ofertan según sus motivaciones.

Con respecto a “La atención al cliente es fundamental para la buena marcha de cualquier empresa ya sea grande o muy pequeña” (Díaz, 2014, pág. 13), es tan importante

que para la mayoría de las organizaciones constituye un punto clave en su planificación estratégica para de esta forma lograr tener clientes fieles a sus servicios por ello utilizan diferentes técnicas que sean eficaces para mantener y atraer a los posibles clientes. No solo la persona que se encarga de atender al usuario es el responsable de la satisfacción del mismo, sino que también es necesario que todos los que conforman la empresa compartan el mismo objetivo el cual debería ser ofrecer un buen servicio.

Para ofrecer un servicio de calidad al cliente los empleados de las empresas deben saber trabajar en equipo compartiendo el mismo objetivo en común porque “La calidad en la atención al cliente es un factor diferenciador y muchas veces es la clave competitiva entre las empresas” (Escudero M. J., 2017, pág. 76), es decir que la calidad en la prestación del servicio no se mide solamente por atención brindada sino también las instalaciones, comodidad y equipos que la empresas ofrecen a los clientes conforman ese factor que las hace diferente a las demás empresas con el fin de que los clientes queden satisfechos.

Para que exista excelencia en la calidad y atención al cliente los funcionarios tanto directivos como empleados (secretarias) deben estar motivados y tener deseos de trabajar. “El servicio de atención al cliente en el mercado actual es una necesidad actual para el éxito y la permanencia de la empresa en activo” (Escudero M. E., 2015, pág. 7), el cliente mide la calidad del servicio recibido desde dos dimensiones: la percepción y las expectativas, la primera destaca la actitud y el buen trato recibido mientras que la expectativa visualiza la posibilidad de obtener un buen servicio acompañado de profesionalismo.

Por su parte el autor (García, 2016) señala que “ La satisfacción que se brinde a través del servicio deriva que la empresa conserve el cliente y, por eso, debe entender la importancia esencial de esta práctica” (pág. 15), por eso es necesario recalcar la importancia que tiene la calidad en el servicio al cliente reconociendo sus necesidades y superando sus expectativas en relación al servicio deseado y esperado, por ello es indispensable que quienes atienden al cliente reciban una retroalimentación constante

actualizando sus conocimientos porque el consumidor actual cada vez se muestra más exigente

Las entidades financieras una vez que establecen una estabilidad en el mercado competitivo consideran con un factor imprescindible para mantenerse en la cima a la calidad del servicio que ofrece al cliente. Esto “Se refiere a lo que se conoce como “experiencia cliente” e incluye variables como el trato recibido, la comunicación del banco con el cliente, la calidad del servicio recibido, la resolución de problemas o la relación con los empleados” (Beraza, y otros, 2015, pág. 290), todos estos aspectos los marca el cliente según sus necesidades e intereses cuando adquieren un servicio. Algunas organizaciones que prestan sus servicios y no ofrecen al usuario un producto satisfactorio lo compensan mejorando sus ofertas y en este caso el cliente es quien decide si le conviene esto o no.

La comunicación entre los encargados de atender al cliente debe ser fluida para ello existen canales de comunicación que facilitan la interacción con el cliente como la atención presencial, su objetivo es “Causar una buena sensación en el cliente, de manera que sus necesidades y expectativas queden satisfechos y sienta deseos de repetir la experiencia” (Carrasco, 2017, pág. 37), este tipo de atención se genera cuando se tiene contacto directamente con el cliente con respeto y profesionalismo logrando que los mismos se sientan satisfechos y quieran regresar a la empresa porque la experiencia que tuvo superó sus expectativas.

Adicional a esto el cliente considera que la forma más adecuada para lograr optimizar el servicio al cliente se consigue por medio de “La función del aprendizaje es interiorizar la cultura para formar parte de ella de esta manera el ser humano personaliza dicha cultura y va convirtiéndose en persona” (Aladro & Padilla, 2015, pág. 329), desde este enfoque el individuo debe crear un ambiente adecuado donde intervienen aspectos como la actitud, valores, filosofía y hábitos que influyen directamente en el actuar de la persona responsable de atender al cliente.

### **3.4. Técnicas Aplicadas**

La metodología empleada para el desarrollo de este estudio de caso es la investigación de tipo descriptivo porque permite describir los aspectos más importantes de la situación problemática, el método inductivo que permitió analizar los factores negativos como el déficit de comunicación entre los miembros de la entidad hacia los clientes que repercuten en la calidad del servicio además se aplicó como técnica las entrevistas basadas en cuestionarios (Anexo 1) realizadas tanto al jefe de la agencia, empleados y usuarios

A través del análisis de resultados obtenidos se pudo evidenciar factores negativos para validar las diferentes posturas sobre la importancia de la comunicación porque constituye uno de los elementos claves que permiten llegar al cliente algunos usuarios opinaron que las secretarías no utilizan una comunicación fluida y un lenguaje adecuado al momento de darle una información sobre algún crédito que la entidad financiera ofrece, además que la información que brinda es a veces eficiente para agilizar los trámites ocasionando inconformidad en los usuarios.

### **3.5 Situaciones detectadas**

En la primera entrevista realizada al jefe de la agencia basada en cuestionarios de los resultados obtenidos considera que existe una excelente relación comunicativa entre sus colaboradores y la empresa por lo que hace que se genere un adecuado clima laboral, además manifestó que la calidad del servicio que ofrecen la entidad es buena porque una de sus prioridades es brindarle un excelente atención para que los mismos queden satisfechos.

En la segunda entrevista realizada a los empleados se pudo conocer aspectos únicamente aspectos positivos debido a que ellos manifestaron que cumplían con los estatutos establecidos en la organización y que tenían buena comunicación al momento de atender al público basados en un trabajo en conjunto para el mejoramiento continuo realizaban conversatorios frecuentes dos veces a la semana para cumplir con los protocolos de atención, además que no reciben capacitaciones motivacionales en materia de

comunicación ya que esta es muy importante al momento de interactuar con los usuarios para lograr un buen servicio.

Tercera entrevista dirigida a los usuarios se pudo constatar los problemas que llevaron al desarrollo del caso como la falta de información sobre los requisitos que deben reunir para acceder un crédito, alejándose de brindar un buen servicio, en donde la secretaria debe ser ágil al atenderlo demostrando su eficiencia y eficacia que ayuden a ganar credibilidad y confianza en el cliente porque ellos conocen lo difícil que es perder un cliente, estas versiones son contradictoria a criterios de los empleados y jefe de agencia

La comunicación dentro de las organizaciones es fundamental para el funcionamiento y éxito de las mismas, además obedece a un elemento clave de motivación en la realización de las actividades encomendadas. Cuando la comunicación es eficiente y eficaz dentro de una institución, mejora el desempeño de los empleados especialmente las secretarias porque son ellas quienes ponen en práctica cada día a la comunicación cuando atienden a los clientes, la manera en que se comunican con el cliente no tiene que ver únicamente con el trato que le den sino también el modo de actuar delante de ellos como gestos, sonrisa que utilizan son aspectos importantes que influyen en la percepción del consumidor.

### **3.6 Resultados obtenidos**

Mediante la entrevista realizada al jefe de la agencia a los empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio como a los usuarios de la entidad, lo cual permitió evidenciar algunos factores que afectan a la organización sin embargo es necesario recalcar que los usuarios tienen una versión muy distinta totalmente contradictoria a la de los empleados de la entidad, en torno a la problemática encontramos los siguientes problemas:

Las secretarias no demuestran tener tino al momento de atender a los usuarios, y esto motivo a realizar esta investigación porque el trato que las mismas brindan al cliente no es el adecuado, esto exterioriza el poco compromiso que tienen hacia el trabajo que realizan

de manera individual o grupal dando como resultado que exista inconformidad en el cliente debido a que la atención brindada no supero sus expectativas.

El déficit de comunicación dentro la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio se ve reflejada en la falta de información que los empleados brindan a los clientes cuando buscan información sobre los requisitos que necesita completar para solicitar algún crédito de los diferentes tipos que ofrece esta entidad según su necesidad, generando insatisfacción en los usuarios por la atención recibida y no tenga deseos de regresar porque la experiencia que tuvo no fue buena, esto repercute de una u otra forma en la imagen de la organización ante el público y sociedad.

Las secretarias no utilizan un lenguaje fluido cuando mantiene contacto con el usuario, porque algunos trabajadores usan términos que no son entendidos por los clientes y no se hacen entender pues no todos los clientes tienen la misma capacidad de comprensión logrando que exista insatisfacción en el cliente que busca información fidedigna para llevar a cabo los trámites correspondientes y cumplir con los requisitos que la organización requiere para otorgar un crédito.

Dentro de la entidad existe un sola ventanilla para atender al cliente los mismos que deben hacer una fila para esperar su turno y ser atendido pero existen algunos departamentos que no le dan importancia al orden de llegada de los usuario dando le preferencia a algunos clientes por el simple hecho de ser conocidos, amigos o familiares generando conflictos en los usuarios porque no existen respeto en el sentido de esperar al cliente siendo este uno de nos valores que la entidad tiene establecido en su código de ética sin embargo no se pone en práctica en algunos casos, trayendo consigo reclamos por parte de los usuarios que afectan a la imagen de la organización.

Cabe recalcar que los empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio no reciben una capacitación oportuna para brindar a los clientes un buen servicio por ello existe la problemática que es el déficit de comunicación por parte de los miembros que

integran la empresa debido a que las estrategias comunicativas que utilizan no son las adecuadas pues la información que se difunde no llega a todos sus colaboradores, por ende no ofrecen al cliente información ni pueden responder a sus inquietudes ocasionando un malestar en los cliente.

### **3.7 Soluciones planteadas**

- Para ofrecer al cliente un servicio de calidad las secretarias y funcionarios de la organización deben tener una actitud positiva para trabajar individualmente como en equipo respetando los puntos de vista de sus compañeros para realizar las actividades encomendadas de forma eficiente, certera, eficaz y con un alto grado de profesionalismo para de esta manera brindar al usuario un buen servicio logrando que el mismo se sienta satisfecho y regrese a la entidad con agrado por el buen trato que recibió.
- La secretaria debe brindar al público en general (clientes, usuarios) un servicio: cortés, integro, amable y a la vez debe someterse a una actualización constante, pues la capacitación del personal es una de las estrategias que deben utilizar las empresas, si los trabajadores se capacitan permanentemente su desempeño será más efectivo. El contacto constante que tienen las secretarias con sus clientes a través de sus empleados les permite a los directivos implementar nuevas técnicas de comunicación para brindar al usuario un servicio de calidad pues así logra su lealtad.
- El lenguaje verbal es otro aspecto que la secretaria debe saber manejar cuando emite un mensaje a un usuario, por ello debe conocer todos los cambios que se generan en la organización de esta manera será un medio de información que ayude al cliente a aclarar todas sus dudas u orientarlo hacia otra persona que sea la indicada de facilitarle la información requerida en el caso de que no tenga información sobre lo que le preguntan, sin embargo debe hacer todo lo que sea posible para buscarle una solución a su problema.

- Es necesario que dentro esta entidad implementen guías de conductas observables pues de esta manera tanto el jefe de agencia como empleados estén registrados y así podrán cumplir los valores y principios que la organización tiene establecido en su estatus de esta forma se impulsará una actitud positiva y la práctica de la ética profesional que nunca debe pasar desapercibida dentro campo laboral porque constituye un pilar fundamental en la formación de un verdadero profesional en las distintos cargos que vaya a desempeñar.
- El personal encargado de atender al cliente debe ser consciente que necesita actualizar sus conocimientos y dominar la técnicas de comunicación necesarias para atender al cliente de esta manera podrán brindarle al usuario un buen servicio debido a esto es importante que las secretarias y empleados en general de todas las empresas que prestan un servicio conozcan y dominen los métodos adecuados para ofrecer al cliente un servicio de excelencia proyectando de esta forma una imagen positiva de la organización.
- Para mantener clientes satisfechos en relación al servicio que ofrece la entidad se sugiere que los funcionarios de la organización implementen capacitaciones sobre las estrategias comunicativas que ayuden a mantener la lealtad de sus usuarios y charlas motivacionales acerca de las relaciones humanas que servirán como herramienta de valoración en el trato que brindan a los clientes para que de esta manera puedan ofrecer al usuario un buen servicio, en cuanto a la entidad internamente los empleados podrán trabajar en equipo para agilizar los procesos en la documentación.
- Las entidades financieras en esta caso la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio debe tener un plan de marketing estratégico y hacer uso del mismo porque a través de la publicidad podrá captar nuevos socios y a la vez le permitirá llegar con un mensaje convincente que los atrae, supere sus exigencias y las del mercado sin dejar un lado a sus competidores por ello se sugiere que

realicen un estudio de mercado que les permita conocer las necesidades de los clientes actuales para de esta manera superar sus expectativas y brindarle un buen servicio.

#### **4. CONCLUSIONES**

- No existe por parte de las secretarias una actitud de cambio para mejorar en cuanto a la manera de actuar cuando atiende al cliente mostrándose distantes y sin empatía cuando transmite una información al usuario sobre algún crédito que vayan a solicitar ocasionando insatisfacción en el mismo por el servicio recibido, por eso de vital importancia que exista una relación comunicativa de individuo a individuo.
- A través de las entrevistas realizadas al jefe de la agencia se pudo detectar que dentro de la institución existe un código de ética que los empleados deben cumplir para evitar problemas que puedan afectar a la organización a futuro sin embargo la mayoría de los usuarios entrevistados dieron respuestas que contradicen lo antes mencionado porque las secretarías no tienen tino y entereza al momento de atenderlos, es por esto que algunos clientes no sienten empatía cuando adquieren un servicio.
- Las secretarias no tienen el conocimiento suficiente de todos los servicios que brinda la institución debido a que no cuentan con la información necesaria para satisfacer las dudas de los usuarios, por eso es necesario que los empleados sean capacitados constantemente sobre los servicios que ofrece la organización lo cual facilitaría la mejora en su desempeño y rendimiento en lo que respecta a la prontitud en los trámites así como agilizar la documentación que los clientes requieren provocando en los mismos seguridad y confianza hacia la entidad.

- No existe por parte de los empleados el uso de un lenguaje adecuado para que este sea captado por los clientes que se acercan a la institución en busca de información, por esto es fundamental que las secretarias utilicen las palabras correctas cuando se dirigen a los usuarios para que el mismo pueda entender el mensaje por ello es de vital importancia que exista una relación comunicativa de a individuo a individuo.

En la Cooperativa San Antonio sus colaboradores no reciben capacitaciones para brindarle al cliente un servicio de excelencia que supere sus expectativas y deseos además gracias a las mismas los empleados actualizaran sus conocimientos y les ayudaran a crecer como profesionales a diferencia de otras entidades que si motivan a sus empleados a recibir capacitaciones porque trae consigo ventajas que no solo les favorece como entidad sino también a sus trabajadores en su formación.

Se recomienda que las secretarias y los empleados en general asistan a capacitaciones sobre las relaciones humanas porque les ayudaría a mejorar su comportamiento hacia los usuarios, de esta manera las secretarias podrán ofrecer al cliente una atención de excelencia proyectando una imagen positiva de la organización hacia los competidores y la sociedad, también se sugiere diseñar una guía sobre las técnicas de comunicación oral efectiva para que de esta manera el personal encargado de atender al cliente ( secretarias) tengan conocimiento sobre las formas correctas de atender al usuario.

## 5. BIBLIOGRAFÍAS

Abellan , L. (2016). Proceos de comunicacion con perspectiva de género de intervencìon.

España: Editorial Paraninfo S.A.

Aladro, E., & Padilla, G. (2015). Aplicaciones Actuales de la Comunicación e Interacción Digital. Editorial ACCI.

Beraza, A., (2015) Gestion de entidades financieras: un enfoque de la gestiòn bancari actual (1 ed.). España: ESIC Editorial.

Carrasco, S. (2017). Servicios de Atención Comercial (1 ed.). España: Paraninfo S.A.

Cervera, A.. (2015). Comunicación Total (5 ed.). Madrid, España: Editorial ESIP.

De Castro, A. (2016). Manual práctico de Comunicación Organizacional. (U. d. Norte, Ed.) Barranquilla, Colombia: Editorial Verbum.

Díaz, M.. (2014). Atención Básica al Cliente.Manual Teórico. CEP S.L.Humanos de Madrid.

Equipo Editorial. (2018). Comunicación interna. Málaga: Editorial Elearning, S.L.

Escudero, M.. (2015). Servicios de Atención Comercial. España: Editorial Editex. S.A.

Escudero, M. J. (2017). Comunicación y Atención al cliente (2 ed.). Madrid, España: Editorial Paraninfo S.A.

Fernandez , D., & Fernandez , E. (2017). Comunicacion empresarial y atencion al cliente (2 ed.). España: Editorial Paraninfo S.A.

Gago, M. (2016). Manual de Técnicas de Información y Atención al cliente consumidor Usuario. Editorial CEP SL.

García, A. (2016). Cultura de Servicios en la optimización del servicio al cliente. TELOS Revistas de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 18(3), 383.

Golovina, N. (Mayo-Agosto de 2014). La comunicación Masiva y el Comportamiento del

Consumidor. ORBIS Revista Científicas Ciencias Humanas, 10(28), 191.

Gonzalez , S. (2015). El ABC de la comunicacion efectiva hablada escrita y escuchada.

Lara, A. (2014). la comunicacion. Editorial CERP S.L.

Martínez , M. (2012). La Comunicación en la Empresa:Gestión Empresarial. Editorial DIAZ DE SANTOS.

Montaño, A. (2015). Comunicaion efectiva y trabajo en equipo. Editorial IC.

Peña , B., & Pablo Batalla. (2016). Direccion de comunicacion y habilidades directivas.

Madrid: Editorial DYKINSON.

Varona , F. (2008). Multicultural management la comunicacion en la era de la globalizacion y su impacto en la empresa. España: Editorial NETBIBLO S.l.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



## 6. ANEXOS

### ANEXO N ° 1

#### ENTREVISTA

#### DIRIGIDA AL JEFE DE LA AGENCIA Y EMPLEADOS

#### LA COMUNICACIÓN DE LAS SECRETARIAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. ¿La comunicación en la actualidad se ha convertido en un elemento clave para el éxito de las organizaciones?

SI

NO

2. ¿Usted cree que es importante que la secretaria sea cortés y amable con todas las personas que se acercan a la institución?

SI

NO

3. ¿Considera que es importante que la secretaria tenga conocimientos de todos los servicios que ofrece la entidad para satisfacer las dudas de los clientes?

SI

NO

4. ¿Utiliza un lenguaje fluido al momento de transmitir un mensaje al cliente?

SI

NO

5. ¿La información que usted brinda al usuario es eficiente para la agilización de trámites?

SI

NO



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO BILINGÜE  
MODALIDAD PRESENCIAL

## ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES

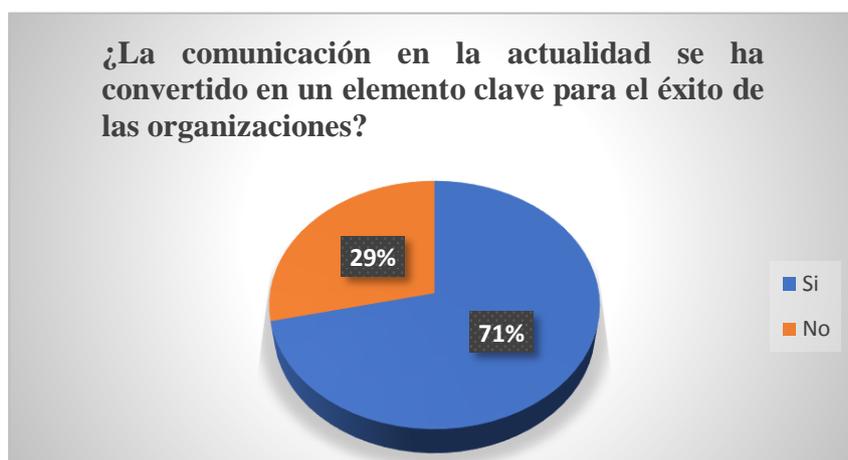
### LA COMUNICACIÓN DE LAS SECRETARIAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. ¿Las secretarias de entidad realizan con prontitud los trámites que usted requiere?  
SI  NO
2. ¿Las secretarias utilizan un lenguaje adecuado cuando le transmiten una información?  
SI  NO
3. ¿Es eficiente la atención al cliente que recibe por parte de la secretaria?  
SI  NO
4. ¿Las secretarias hacen respetar los turnos de espera según su orden de llegada al momento de brindarle a usted un servicio?  
SI  NO
5. ¿Las secretarias lo atienden con cortesía cuando usted solicita un servicio que ofrece la entidad?  
SI  NO

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

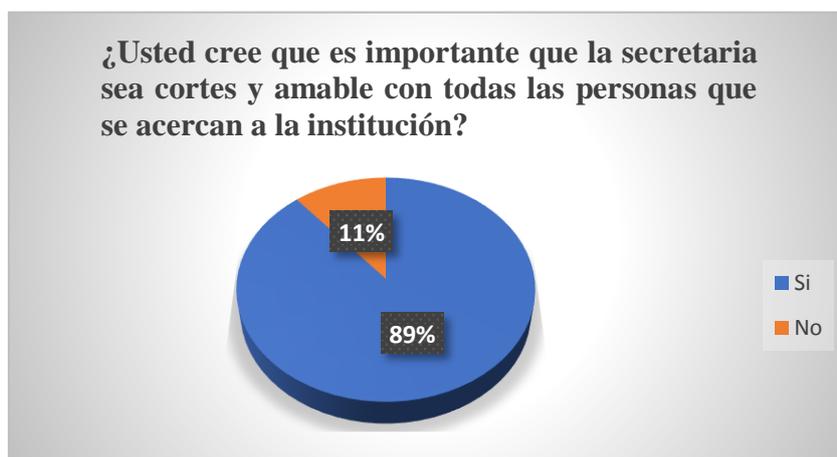
Tabulación de la entrevista realizada al personal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio Babahoyo – Agencia Babahoyo.

### 1. ¿La comunicación en la actualidad se ha convertido en un elemento clave para el éxito de las organizaciones?



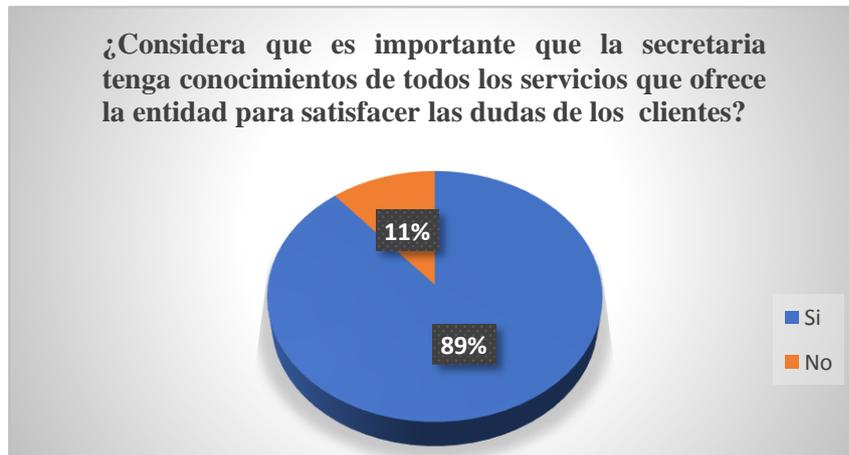
El 71% de los entrevistados manifestaron que la comunicación es importante dentro de toda entidad, mientras que el 29% manifestó que no es indispensable cuando se realizan las tareas

### 2. ¿Usted cree que es importante que la secretaria sea cortés y amable con todas las personas que se acercan a la institución?



El 89% de los entrevistados señalaron que es importante que un secretaria sea cortes con todas las persona que se acercan a la institución pues ellas constituyen el vínculo de la empresa con el cliente, mientras que el 11% manifestó que no es tan fundamental porque en al casos los usuarios se muestran un poco intolerantes.

**3. ¿Considera que es importante que la secretaria tenga conocimientos de todos los servicios que ofrece la entidad para satisfacer las dudas de los clientes?**



El 89% de los entrevistados señalaron que es importante que un secretaria tenga el conocimiento de todo los servicios que ofrece la organización porque así podrá informarle y ayudarle al cliente cuando tenga alguna duda e inquietud, mientras que el 11% manifestó que no tan importante debido a que la institución tiene una página web donde a da a conocer al público todo los servicios que ofrece.

**4. ¿Utiliza un lenguaje fluido al momento de transmitir un mensaje al cliente**



El 90% de los empleados manifestaron que es importante que manejen un lenguaje fluido para dirigirse al cliente, mientras que el 10% manifestó que no porque los clientes son personas que tiene la capacidad de entender lo que les dicen.

**5. ¿La información que usted brinda al usuario es eficiente para la agilización de trámites?**



El 83% de los empleados manifestaron que es fundamental que la información que se brinde al cliente sea eficiente para agilizar los trámites, el 13% manifestó que no porque la una vez que se informa al cliente de los requisitos los procesos de créditos son rápidos.

Tabulación de la entrevista realizada a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio Babahoyo – Agencia Babahoyo.

**1. ¿Las secretarias de entidad realizan con prontitud los trámites que requiere?**



El 90% de los clientes entrevistados manifestaron que es fundamental que la secretarias sean eficientes para que realicen con rapidez y eficacia los trámites que solicitan, mientras el 10% señalo que si son eficientes en relación a la calidad del servicio que ofrecen

**2. ¿Las secretarias utilizan un lenguaje adecuado cuando le transmiten una información**



El 8% de los clientes manifestaron que las secretarias si utilizan un lenguaje adecuado y fluido cuando comparten algún información, el 92% manifestó que el lenguaje que utilizan las secretarias no es el adecuado porque a veces utilizan términos que desconocen y no

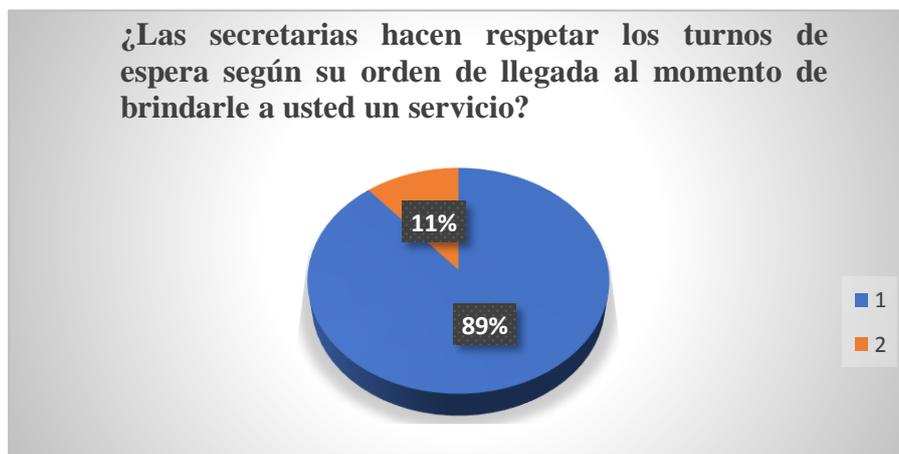
tienen la habilidad de darse a entender y ni si quiera les repiten con paciencia se muestran distantes

**3. ¿Es eficiente la atención al cliente que recibe por parte de la secretaria?**



El 11% de los clientes manifestaron que las secretarias son amables cuando las atienden y cuando tienen algún problema son eficientes y rápidas en solución del mismo mostrando interés, mientras que el 89% manifestó que no son eficientes en relación a agilizar los trámites para el proceso de otorgación de un crédito por en algunos casos demoran demasiado para acceder a algún servicio.

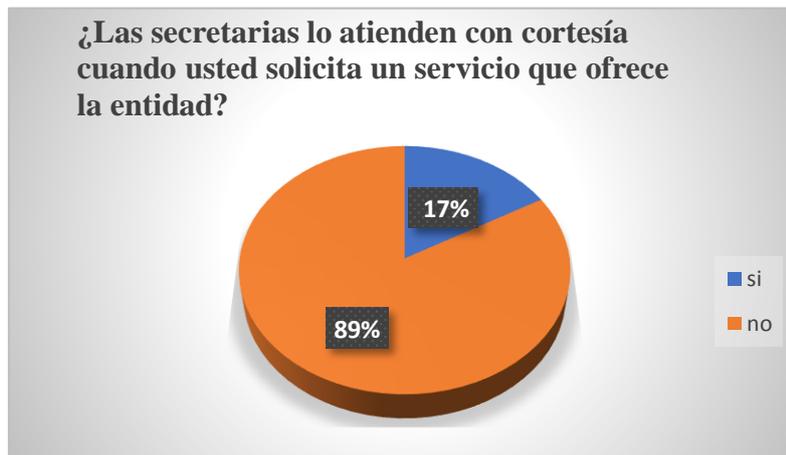
**4. ¿Las secretarias hacen respetar los turnos de espera según su orden de llegada al momento de brindarle a usted un servicio?**



El 11% de los clientes manifestaron que las secretarias son amables cuando las atienden y cuando tienen algún problema son eficientes y rápidas en solución del mismo

mostrando interés, mientras que el 89% manifestó que no son eficientes en relación a agilizar los trámites para el proceso de otorgación de un crédito por en algunos casos demoran demasiado para acceder a algún servicio.

**5. ¿Las secretarias lo atienden con cortesía cuando usted solicita un servicio que ofrece la entidad?**



El 17% de los clientes manifestaron que las secretarias si los atienden con cortesía y muestran interés cuando ellos se acercan a la entidad financiera, mientras que el 89% manifestó que no lo atienden con cortesía debido a que se muestran un poco distantes cuando les preguntan algo los procesos de crédito.

## ANEXOS N° 2



Entidad donde se realiza el estudio de caso



Tutorías con el docente Tutor



Entrega del oficio para solicitar el permiso

Entrevista a los empleados



Entrevista al Jefe de agencia



Entrevista a los clientes

