



**UNIVERSIDAD LAICA "VICENTE ROCAFUERTE" DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN SECRETARIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIA DE LA EDUCACIÓN
ESPECIALIZACIÓN EN ASIGNATURAS SECRETARIALES**

TEMA:

**DESARROLLO DE LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LA
SECRETARIA EJECUTIVA PARA UNA EFICIENTE ATENCIÓN AL
USUARIO EN LA POLICÍA JUDICIAL ZONA 8**

AUTOR:

MARJORIE MARGARITA MEDINA BARRERA

TUTOR:

MSC. MÓNICA VILLO REYES

GUAYAQUIL- ECUADOR

2015

INDICE GENERAL

PORTADA.....	1
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	2
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
DEDICATORIA.....	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
CAPITULO I.....	9
1.1 TEMA.....	9
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
1.4 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.6 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.7 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
1.8 OBJETIVO ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.9 LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.10 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	13
1.11 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN O IDEAS A DEFENDER.....	13
1.12 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	14
CAPITULO II.....	16
2.1 ANTECEDENTES REFERENTES.....	16
2.2 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	18
2.2.1 LA COMUNICACIÓN.....	18
2.2.1.1 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN.....	18
2.2.1.2 EL PROCESO COMUNICATIVO	19
2.2.1.3 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN.....	19
2.2.1.4 TIPOS DE COMUNICACIÓN.....	20
2.2.1.5 SUGERENCIAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN.....	20
2.2.1.6 CONSECUENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	21
2.2.1.7 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN	22
2.2.1.8 OTRAS FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN DENTRO DE UN GRUPO O EQUIPO	23
2.2.1.9 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.....	23
2.2.1.10 CONDICIONES PARA UNA COMUNICACIÓN EFICAZ.....	25
2.2.1.11 PAUTAS PARA UNA COMUNICACIÓN EFICAZ.....	26
2.2.1.12 COMUNICACIÓN ASERTIVA.....	28
2.2.1.13 TÉCNICAS PARA UNA COMUNICACIÓN ASERTIVA.....	28
2.2.2 HABILIDAD	30
2.2.2.1 HABILIDADES COMUNICATIVAS.....	30
2.2.2.2 DESARROLLO DE HABILIDADES COMUNICATIVAS.....	32
2.2.3 ATENCIÓN.....	33
2.2.3.1 TIPOS DE ATENCIÓN.....	34
2.2.3.2 FINALIDAD DE LA ATENCIÓN.....	34
2.2.3.3 OBJETIVOS DE LA ATENCIÓN	34
2.2.4 ATENCIÓN AL USUARIO	35

2.2.4.1	CARACTERÍSTICAS DE LA ATENCIÓN AL USUARIO.....	36
2.2.4.2	USUARIO O CLIENTE.....	38
2.2.4.2.1	LOS ASPECTOS ESENCIALES QUE PUEDEN CARACTERIZAR EL CONCEPTO DE CLIENTE O USUARIO SON:	38
2.2.4.2.2	DEFINICIÓN DE LOS CLIENTES O USUARIOS INTERNOS Y EXTERNOS.....	39
2.2.4.2.3	TIPOS DE USUARIOS O CLIENTES.....	39
2.2.4.2.3.1	POR INFLUENCIA.....	39
2.2.4.2.3.2	POR SATISFACCIÓN.....	40
2.2.4.2.3.3	SEGÚN EL VOLUMEN DE LAS COMPRAS.....	40
2.2.4.2.3.4	SEGÚN LA FRECUENCIA.....	41
2.2.4.2.3.5	SEGÚN LA ACTIVIDAD.....	41
2.2.4.2.4	DECÁLOGO DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE O USUARIO.....	41
2.2.5	EL SERVICIO.....	44
2.2.5.1	IMPORTANCIA DEL SERVICIO	44
2.2.5.2	CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS.....	45
2.2.5.3	COMPONENTES BÁSICOS PARA BRINDAR UN BUEN SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE O USUARIO:.....	46
2.2.6	EFICIENCIA, EFICACIA Y EFECTIVIDAD.....	47
2.3	MARCO LEGAL.....	48
2.4	MARCO CONCEPTUAL.....	51
CAPITULO III.....		56
3.1	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	56
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	56
3.2.1	POBLACIÓN.....	56
3.2.2	MUESTRA.....	57
3.3	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	57
3.3.1	LA OBSERVACIÓN.....	58
3.3.2	LA ENCUESTA.....	58
3.3.3	LA ENTREVISTA.....	58
3.4	RECURSOS, FUENTES, CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	59
3.1.1	PRESUPUESTO DE LOS RECURSOS UTILIZADOS.....	59
3.4.2	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	60
3.5	TRATAMIENTO A LA INFORMACIÓN - PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	61
CAPITULO IV.....		77
4.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	77
4.2	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	77
4.3	OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA.....	77
4.4	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA.....	78
4.5	LISTADO DE CONTENIDOS Y FLUJO DE LA PROPUESTA.....	78
4.6	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	78
4.6.1	DESARROLLO DE HABILIDADES COMUNICATIVAS.....	80
4.6.2	CUALIDADES DE LA SECRETARÍA.....	87
4.6.3	GENERACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA	90

4.6.4	DESARROLLO DE RELACIONES HUMANAS.....	92
4.6.5	MANEJO DE USUARIOS CON NECESIDADES ESPECIALES.....	93
4.6.6	TIEMPO DE RESPUESTA Y AGILIDAD.....	94
4.6.7	MANEJO DE INCONFORMIDADES.....	95
4.6.8	IMPACTO, PRODUCTO, BENEFICIO OBTENIDO.....	97
4.7	VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....	98
4.7.1	VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....	99
4.7.2	VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....	100
	CONCLUSIONES.....	101
	RECOMENDACIONES.....	102
	BIBLIOGRAFIA.....	103
	ANEXOS.....	105
	ANEXO 1.....	106
	ANEXO 2.....	110
	ANEXO 3.....	111
	ANEXO 4.....	112
	ANEXO 5.....	114

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	13
Tabla 2	14
Tabla 3	15
Tabla 4	57
Tabla 5	57
Tabla 6	58
Tabla 7	59
Tabla 8	60
Tabla 9	61
Tabla 10	66
Tabla 11	67
Tabla 12	68
Tabla 13	69
Tabla 14	70
Tabla 15	71
Tabla 16	72
Tabla 17	73
Tabla 18	74
Tabla 19	75

INDICE DE TABLAS

Ilustración 1	66
Ilustración 2	67
Ilustración 3	68
Ilustración 4	69
Ilustración 5	70
Ilustración 6	71
Ilustración 7	72
Ilustración 8	73
Ilustración 9	74
Ilustración 10	75

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias de la educación de la Carrera de Administración Secretarial.

CERTIFICO

Yo, MCS. Mónica Villao Reyes, que el Proyecto de Investigación con el tema: **“DESARROLLO DE LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LA SECRETARIA EJECUTIVA PARA UNA EFICIENTE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA POLICÍA JUDICIAL ZONA 8”**, ha sido elaborado por la Sra. Marjorie Margarita Medina Barrera bajo mi tutoría y que el mismo reúne los requisitos para ser defendido ante el tribunal examinador que se designe al efecto.

MSC. Mónica Villao Reyes
TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **MARJORIE MARGARITA MEDINA BARRERA**, con cédula de ciudadanía N° **0926232141** en calidad de autora, declaro bajo juramento que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo de los criterios y opiniones que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado. Que soy la única autora del trabajo del Proyecto de Investigación: **“DESARROLLO DE LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LA SECRETARIA EJECUTIVA PARA UNA EFICIENTE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA POLICÍA JUDICIAL ZONA 8”**. Que el perfil del proyecto es de mi autoría, y que en su formulación se han respetado las normas legales y reglamentos pertinentes, previa la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Educación Especialización Asignaturas Secretariales de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

De conformidad con lo establecido en el Capítulo I de la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, su reglamento y normativa institucional vigente, dejo expresado mi aprobación de ceder los derechos de reproducción y circulación de esta obra, a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Dicha reproducción y circulación se podrá realizar, en una o varias veces, en cualquier soporte, siempre y cuando sea con fines sociales, educativos y científicos. El autor garantiza la originalidad de sus aportaciones al Proyecto, así como el hecho de que goza de la libre disponibilidad de los derechos que cede.

MARJORIE MEDINA BARRERA
AUTORA

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por haberme guiado a tomar decisiones con inteligencia y sabiduría a fin de lograr unas de mis anheladas metas.

A mis Padres por la confianza que depositaron en mí, así como también por el apoyo brindado y que ha sido demostrado con su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mi esposo por ser parte fundamental en mi vida, porque con su apoyo y amor incondicional, he logrado alcanzar unas de mis logros profesionales.

A mis profesores por haberme impartido los conocimientos siempre con vocación de servicio hacia los demás, formándome como un profesional con excelencia académica.

A mis amigas por sus consejos y críticas constructivas, las mismas que fueron forjando la inspiración para continuar y culminar este proyecto.

Marjorie Medina Barrera

DEDICATORIA

Dedico este proyecto especialmente a Dios por permitirme culminar mis estudios superiores. A mi familia quiénes han sido el apoyo elemental en mis días sin importar las diferentes opiniones.

A mi amado esposo por haberme acompañado en esta trayectoria y compartir momentos significativos conmigo, porque él siempre está dispuesto a escucharme y ayudarme en cualquier momento, a pesar de las adversidades siempre hemos superado juntos las vicisitudes.

A mis apreciados profesores quiénes formaron un profesional de calidad con vocación y espíritu de colaboración a la sociedad.

A mis estimadas amigas porque a sus opiniones y colaboraciones fueron de impulso para la terminación de este proyecto.

Marjorie Medina Barrera

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene con propósito analizar las habilidades comunicativas que posee la secretaría ejecutiva en el momento de atender a los usuarios tanto internos como externos de la Policía Judicial de la Zona 8, a fin de proponer una guía de procedimientos que ayude a optimizar la calidad de los procesos administrativos y a su vez proveer una eficiente atención a las personas que acuden diariamente y también de los funcionarios públicos que laboran en la institución. Las habilidades comunicativas y la calidad de atención al usuario son unos procesos elementales para el desarrollo total de los requerimientos y necesidades que poseen las personas en cualquier entidad pública o privada, es por ello que la siguiente investigación registra un análisis de la situación actual de los aspectos fundamentales que se desarrollan en la Policía Judicial de la Zona 8, en cuanto al desempeño en la atención al usuario. Al mismo tiempo registra una análisis exhaustivo de los resultados generados con la finalidad de diseñar en detalle una guía de procedimientos que desarrolle técnicas o métodos que permitan el progreso continuo de una eficiente y buena calidad de atención al usuario, por parte de las secretarías ejecutivas de la Policía Judicial de la Zona 8, referente a los servicios que proporciona la institución a la ciudadanía. De esta forma la guía de procedimientos planteada fomenta el mejoramiento de la calidad y eficiencia en la atención al cliente a través de la aplicación de habilidades comunicativas que las secretarías ejecutivas deben aplicar de tal forma que influyan de manera efectiva en la atención al usuario interno y externo de la Policía Judicial del Zona 8. En tal sentido se facilitaría la labor por parte de las servidoras públicas, a fin de evitar inconformidades en cuanto a la satisfacción de los usuarios.

Palabras Claves: habilidades comunicativas, habilidades, comunicación, atención, usuario, servicio, secretaria, eficiencia.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la función de la Policía Judicial consiste en investigar los delitos de acción pública, impedir las consecuencias ulteriores de los cometidos, individualizar a los culpables y reunir las pruebas necesarias para la actuación de la Justicia.

De este modo participa de la Función Judicial del Estado, como un órgano preestablecido para lograr el descubrimiento de la verdad acerca de la presunta comisión de un delito y la actuación de la ley penal en el caso concreto. Conviene destacar que su misión no es aplicar la ley, sino facilitar su aplicación, en lo que podríamos llamar una actuación de "medio a fin" y en este contexto se relaciona con la sociedad para la adquisición de servicios relacionados a la actividad investigativa y de seguridad que brinda la Policía Judicial de la Zona 8.

Así concebida, la Policía Judicial, se caracteriza por ser: 1) Jurídica: en tanto su existencia y competencias se encuentran reguladas por la Ley; 2) Auxiliar: de los Tribunales encargados de aplicar la ley sustantiva; 3) Eventual: porque puede no intervenir cuando el órgano judicial lo hace desde el comienzo; 4) Independiente: con referencia a otros poderes; 5) Cautelar: tratando de asegurar la verdad sobre el delito y la aplicación de la Ley; y 6) Imparcial: porque no se limita a reunir las pruebas de cargo, sino que procura además las de descargo.

El presente trabajo se desarrolla a partir de que la Policía Judicial de la Zona 8 constituye dentro de la sociedad servicios que solo pueden ser adquiridos en la propia institución y que requieren de una ardua labor y trato con el usuario que dentro de este caso es la sociedad; desde ese punto se desagregan mediante capítulos conceptos principales acerca del Servicio al Cliente y las áreas en las cuales se desarrolla la misma como las relaciones humanas, la comunicación entre otras.

En el Capítulo I se plantea el problema de la investigación, desarrollando algunos elementos teóricos y prácticos constitutivos de la problemática que justifican el problema y constituyen antecedentes de investigación, develando su necesidad, pertinencia y los propósitos que se esperan alcanzar; lo que deviene en la hipótesis de trabajo y la identificación de las variables que serán tratadas en el orden metodológico.

En el Capítulo II se trata de la fundamentación teórica, lo que conlleva a los antecedentes referentes, así como también lo teórico acerca de las habilidades comunicativas de las secretarías ejecutivas de la Policía Judicial de la Zona 8, y se definen los términos que sirven de conceptualización para la operacionalización de la variable.

En el Capítulo III se detalla la metodología de la investigación, como es el análisis obtenido a través del uso de diferentes instrumentos y técnicas de investigación que permiten conocer las falencias en cuanto al servicio que se provee al usuario y determinando la calidad de mismo.

En el Capítulo IV una vez obtenido los resultados del análisis se procede a desarrollar la propuesta definida por una guía de procedimientos para una eficiente atención al usuario dentro de la Policía Judicial de la Zona 8, en la cual se expone en detalle las diferentes conocimientos y aptitudes que debe poseer y dominar un agente de servicio al usuario.

CAPITULO I

EL PROBLEMA A INVESTIGAR

1.1 TEMA

DESARROLLO DE LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LA SECRETARIA EJECUTIVA PARA UNA EFICIENTE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA POLICÍA JUDICIAL ZONA 8

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Gobierno actual se han creado más entidades públicas con la finalidad de brindar un mejor servicio al cliente externo, pues en los últimos tiempos mucho se ha cuestionado sobre la calidad del servicio en este tipo de entidades, se escucha hablar de la eficiencia en la gestión de los procesos administrativos de las empresas públicas, pero permanecen en muchas de ellas las quejas de la mala atención al cliente por parte del personal de las dependencias públicas.

Las causas de esta situación se deberán analizar en forma sistemática y diferenciada en cada una de las entidades pues varían en forma y fondo, las quejas de los usuarios evidencian desde desinformación de la competencia de cada entidad gubernamental, desinformación de los trámites a seguir, deficientes niveles de comunicación por parte de los servidores públicos y de los sistemas de información.

Para efectos de este proyecto de investigación se delimitará en el estudio a de POLICÍA JUDICIAL DE LA ZONA 8, la cual es una entidad pública que se la define como “organismo y que tiene por finalidad fundamental la prevención e investigación de las infracciones penales y la aprehensión de los presuntos infractores”. Por este efecto las oficinas provinciales de

Investigación del Delito, OID, cambiaron de denominación a Policía Judicial e Investigaciones.

La Policía Judicial de la Zona 8 es un cuerpo auxiliar de la administración de justicia, integrada por personal especializado de la Policía Nacional del Ecuador, cuyas funciones se sujetarán a las leyes y reglamentos respectivos, está también integrada por personal civil que aprobando el respectivo proceso de selección se ha vinculado a esta dependencia.

Se realizará un análisis a las actividades que se desarrollan en las dependencias de la Policía Judicial de la Zona 8, para ello se ha considerado revisar los procesos de la entidad y enfocar el estudio al área de operaciones de las secretarías que son el contacto y es en donde se presenta la problemática que origina el conflicto por el “reclamo de los clientes”.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide el desarrollo de las habilidades comunicativas de las secretarías ejecutivas en una eficiente atención al usuario de los servicios de la Policía Judicial de la Zona 8?

1.4 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

LUGAR: Policía Judicial de la Zona 8, ubicado en la Av. José Rodríguez Bonín y Portete. En la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui.

CAMPO: Problemática de los procesos administrativos y desarrollo del talento humano.

ÁREA: Administración Secretarial

ASPECTO: Administración Secretarial

LÍMITE TEMPORAL: periodo lectivo 2015-2016

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En una empresa los empleados a causa de la interrelación departamental se consideran como clientes internos y sus trabajos son productos internos que deben tener por objeto satisfacer mejor las necesidades de los clientes. Si la empresa ofrece a los empleados las mejores herramientas y lineamientos de trabajos más satisfactorios, aumenta sus posibilidades de ofrecer un servicio más efectivo.

La pertinencia del proyecto estará dada por el impacto social, la incidencia de sus resultados en el entorno local, y la contribución al Plan Estratégico de la Policía Judicial del 2014 – 2017 en donde consta como objetivo No. 3 Mejorar la calidad de vida de la población, trazando la meta de *“Aumentar a 7 la calidad del servicio de la Policía Judicial”*.

De no efectuar el estudio pertinente se impedirá aportar con una oportunidad de mejorar el proceso puntal de esta organización que ofrece servicio al ciudadano, tratando de asegurar el mejor manejo de conflictos y estableciendo una herramienta que guíe al personal de secretarías a realizar su trabajo eficaz y eficientemente mejorando en consecuencia su motivación y su fidelidad a la organización.

El poder ejecutar el presente proyecto de investigación nos beneficia en primer instancia a nosotras, pues nos permite desenvolver el rol de investigadoras y poner en la praxis los contenidos teóricos aprendidos durante los años de preparación académica transcurridos en las aulas de la universidad, pues se desarrolla en un contexto real y nos expone a enfrentarnos a la situación conflicto, poniendo en evidencia las capacidades, habilidades, destrezas y actitudes que hemos alcanzado al culminar los niveles de estudio.

Por defecto los alcances de ejecutar el proyecto de investigación que planteamos beneficiará a la ciudadanía en general, pues ellos serán quienes reciban el impacto de la mejora en el manejo de conflictos que pudieran presentarse debido al proceso de atención al usuario.

1.6 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

UNIDAD RESPONSABLE: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

PERSONA RESPONSABLE: Marjorie Margarita Medina Barrera

PERIODO DE EJECUCIÓN: 2015-2016

TÍTULO: DESARROLLO DE LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LA SECRETARIA EJECUTIVA PARA UNA EFICIENTE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA POLICÍA JUDICIAL ZONA 8.

DESCRIPCIÓN: Está investigación se realizará tomando en cuenta el estudio sobre las habilidades comunicativas de las secretarías ejecutivas enfocado a una eficiente atención al usuario en la institución pública de la Policía Judicial de la Zona 8. Se diseñará una guía de procedimiento par una eficaz atención al usuario.

1.7 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Determinar las habilidades comunicativas de las secretarías ejecutivas de la Policía Judicial Zona 8, para una eficiente atención al usuario mediante una Guía de Procedimientos.

1.8 OBJETIVO ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Evaluar las habilidades comunicativas de las secretarías ejecutivas de la Policía Judicial Zona 8, a través de entrevista.

- Determinar el nivel de satisfacción del usuario interno y externo mediante una encuesta.
- Diseñar una guía de procedimientos relacionada a las habilidades comunicativas de las secretarías ejecutivas para una eficiente atención al usuario.

1.9 LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN

Límite de espacio: Policía Judicial de la Zona 8, ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Límite de tiempo: La presente investigación se realizará en el periodo 2015-2016.

Límite de Recursos: humanos, materiales y financieros.

1.10 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Variable Independiente	Variable Dependiente
Habilidades Comunicativas	Eficiente atención al usuario

1.11 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN O IDEAS A DEFENDER

Las habilidades comunicativas de las secretarías ejecutivas influyen positivamente en una eficiente atención al usuario interno y externo de la Policía Judicial del Zona 8.

1.12 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

Habilidades Comunicativas

Tabla 2

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	TÉCNICAS INSTRUMENTALES
Son aquellas habilidades que nos permiten comunicarnos de la mejor manera con las demás personas.	La comunicación, habilidades, comunicación eficaz, comunicación asertiva.	Identificar la necesidades de los usuarios. Definición, elementos, importancia, tipos, sugerencias, consecuencias, funciones, barreras de la comunicación, proceso comunicativo, pautas para una comunicación eficaz, técnicas para una comunicación asertiva.	Realizar una encuesta a los usuarios y entrevista a al Jefe y a las secretarías ejecutivas de la Policía Judicial de la Zona 8.

VARIABLE DEPENDIENTE

Eficiente atención al usuario

Tabla 3

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	TÉCNICAS INSTRUMENTALES
Conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente o usuario obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.	Atención, usuario, servicio, eficiencia.	Entender las características de la atención al usuario, definiciones de clientes, tipos de usuarios, decálogo de atención al cliente, importancia, características y componentes del servicio, definiciones de eficiencia, eficacia, efectividad.	Realizar una encuesta a los usuarios y entrevista a al Jefe y a las secretarías ejecutivas de la Policía Judicial de la Zona 8.

CAPITULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 ANTECEDENTES REFERENTES

La definición de **Aleida Márquez (1993)** indica que las habilidades comunicativas "son formaciones psicológicas mediante las cuales el sujeto manifiesta de forma concreta la dinámica de la actividad con el objetivo de elaborar, transformar, crear objetos, resolver problemas y situaciones y actuar sobre sí mismo".

Por otro lado **Ana María Fernández (1993)** propone las habilidades comunicativas relacionadas son: la expresión, la observación y con la empatía.

La habilidad es la capacidad, inteligencia y disposición para una cosa, destreza en ejecutar y saber hacer algo con calidad, no necesariamente de forma automatizada cómo es el caso del hábito, sino que puede transferirse a actividades con cierta complejidad.

Según el autor **Humberto Serna Gómez (2006)** define que: El servicio al cliente o usuario es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

De igual manera el **Ing. Figueroa E. (2009)** autor del libro ¿Quién se llevó a Mi Cliente?, manifiesta que en general las personas buscan y se quedan en donde se sienten bien, son aceptadas y les ponen atención, en otras palabras, se sienten felices, ya sea en una relación personal, de trabajo o

comercial, así como tratarán de alejarse de cualquier situación que les provoque dolor, ya sea falta de respeto y de atención o mal trato. Por desgracia en la mayoría de los casos, nosotros somos quienes alejamos a las personas con nuestras actitudes, mal comportamiento e indiferencia.

El servicio público es una actividad amplia por sus características, organización y forma, es un interés general que está por encima de cualquier otra circunstancia, en donde el Estado tiene la obligación de asegurar la prestación del mismo con eficiencia y eficacia, en síntesis son los servicios prestados por el gobierno a sus ciudadanos; algunos servicios, como agua, salud y educación se consideran tan esencial para la supervivencia humana que constituye un derecho fundamental.

Hay un reconocimiento creciente de que para mejorar la prestación de servicios públicos, no es suficiente concentrarse únicamente en los mecanismos de oferta. También hay una necesidad de capacitar y evaluar la demanda de la prestación de servicios, garantizando que los usuarios de los servicios públicos sean informados de sus derechos y prerrogativas; y están habilitados para ejercer sus derechos mediante el control de la calidad de los servicios públicos y hacer que el gobierno y el servicio proveedores responsables.

Los servidores públicos deben conducirse con integridad, imparcialidad y honestidad, y manejar los asuntos del público con simpatía, eficiencia, rapidez, y sin prejuicios ni malos manejos. Deben asimismo esforzarse por garantizar el uso apropiado, eficaz y eficiente de los fondos públicos.

Un reto visible que presenta todo gobierno local es la de adoptar y materializar un sistema de Servicio Profesional de Carrera que permita que la función pública genere beneficios concretos para la comunidad.

2.2 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.2.1 La comunicación

La comunicación se deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

En el caso de los seres humanos, la comunicación es un acto propio de la actividad psíquica, que deriva del pensamiento, el lenguaje y del desarrollo de las capacidades psicosociales de relación. El intercambio de mensajes (que puede ser verbal o no verbal) permite al individuo influir en los demás y a su vez ser influido.

2.2.1.1 Elementos de la comunicación

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante el habla, escritura u otro tipo de señales. En todo proceso de comunicación existen los siguientes elementos:

- ❖ **Emisor:** Persona que transmite algo a los demás.

- ❖ **Receptor:** Persona que recibe el mensaje a través del canal y lo interpreta.

- ❖ **Mensaje:** Información que el emisor envía al receptor.

- ❖ **Canal:** Elemento físico que establece la conexión entre el emisor y el receptor.

- ❖ **Código:** Es un conjunto de signos sistematizado junto con unas reglas que permiten utilizarlos. El código permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor interpretarlo. El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código. La lengua es uno de los códigos más utilizados para establecer la comunicación entre los seres humanos.
- ❖ **Contexto:** Relación que se establece entre las palabras de un mensaje y que nos aclaran y facilitan la comprensión de lo que se quiere expresar.
- ❖ **Situación:** A veces hay situaciones extralingüísticas que nos ayudan a interpretar el mensaje.
- ❖ **Retroinformación:** Respuesta del emisor, tras recibir el mensaje y procesarlo.

2.2.1.2 El proceso comunicativo

Implica la emisión de señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con la intención de dar a conocer un mensaje. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permitan decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso luego se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor (con lo que el emisor original pasa a ser el receptor del acto comunicativo).

Los procesos de la comunicación son interacciones realizadas mediante signos entre dos o más agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

2.2.1.3 Importancia de la comunicación

- Establecer y difundir los objetivos y metas de la organización.

- Desarrollar planes para lograr dichos objetivos.
- Organizar los recursos humanos en forma eficaz.
- Seleccionar, desarrollar y evaluar los miembros de dicha organización.
- Crear el clima de participación.
- Controlar el desempeño de los miembros.
- Influir en la motivación del personal.

2.2.1.4 Tipos de comunicación

Dentro de los tipos de comunicación que existen se pueden mencionar:

- ❖ **Comunicación Oral:** Se hace uso del habla, y la ventaja es que tiene rapidez, además se pueden evacuar dudas de inmediato.
- ❖ **Comunicación Escrita:** Esta se da a través de cartas, memorando, boletines, entre otros. La ventaja es que se constituye como registro de información y evita evadir responsabilidades.
- ❖ **Comunicación No Verbal:** Esta se da a través de movimientos corporales y expresiones faciales.
- ❖ **Comunicación de Medios Electrónicos:** Se da a través de los equipos que se encuentran interconectadas entre sí. (mensajes a través de Internet, mensajes a través de fax, celulares, entre otros.)

2.2.1.5 Sugerencias para mejorar la comunicación

Dentro de las sugerencias para mejorar la comunicación se encuentran:

- a) **Saber Escuchar.** Aquí se deben considerar tres aspectos fundamentales por parte del administrador: Empatía, concentración y

el tiempo necesario para que el emisor se exprese. Según (Keinth Davis y John W. Newstrom) existen diez principios para desarrollar la capacidad de escuchar:

- Dejar hablar
- Hacer que el que habla se sienta cómodo
- Demostrar interés en escuchar
- Evitar distracciones
- Empatizar con el hablante
- Ser paciente
- Mantener la calma
- Evitar discusiones y críticas
- Hacer preguntas al respecto
- Dejar hablar

b) Mejorar la Comunicación Escrita. Generalmente se presta a mala interpretación de los mensajes escritos, por lo que es recomendable, ser preciso y muy breve en lo que se quiere transmitir, para eso se sugiere lo siguiente:

- Usar palabras y frases sencillas
- Usar palabras breves y conocidas
- De ilustraciones y ejemplos
- Evite palabras innecesarias.

2.2.1.6 Consecuencias de la comunicación

- ❖ **Es positiva:** cuando el receptor de la misma, interpreta exactamente lo que el emisor le envió; esto quiere decir que utilizaron el mismo canal de comunicación y es el objetivo primordial de la misma.

- ❖ **Es negativa:** cuando el receptor utiliza un canal de comunicación diferente al del emisor, y es muy frecuente que suceda este tipo de comunicación distorsionada, cuando el receptor no está anclado en la misma línea de comunicación.

Es conveniente que el emisor utilice un lenguaje claro y de acuerdo al nivel cultural del receptor para que el mensaje sea descifrado correctamente.

2.2.1.7 Funciones de la comunicación

- ❖ **Informativa:** Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.
- ❖ **Afectivo - valorativa:** El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás.
- ❖ **Reguladora:** Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorreguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo. Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido.

2.2.1.8 Otras Funciones de la comunicación dentro de un grupo o equipo:

- ❖ **Control:** La comunicación controla el comportamiento individual. Las organizaciones, poseen jerarquías de autoridad y guías formales a las que deben regirse los empleados. Esta función de control además se da en la comunicación informal.
- ❖ **Motivación:** Lo realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.
- ❖ **Expresión emocional:** Gran parte de los empleados, observan su trabajo como un medio para interactuar con los demás, y por el que transmiten fracasos y de igual manera satisfacciones, es decir sentimientos.
- ❖ **Cooperación:** La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar.

2.2.1.9 Barreras de la comunicación

Existen ciertos factores que impiden la comunicación, deformando el mensaje u obstaculizando el proceso general de ésta, y son llamadas BARRERAS. Hay varios tipos de barreras:

- ❖ **Barreras semánticas.** Tiene que ver con el significado de las palabras orales o escritas. Cuando no precisamos su sentido, estas se presentan a diferentes interpretaciones y así el receptor entiende no lo que dijo el emisor, sino lo que su contexto cultural le indica.
- ❖ **Barreras psicológicas.** Hay muchos factores mentales que impiden aceptar o comprender una idea, algunos de ellos son: No tener en cuenta el punto de vista de los demás, preocupación o emociones ajenas al trabajo, timidez, explicaciones insuficientes, sobrevaloración de sí mismo, etc.

Para obtener resultados se necesita algo más que únicamente hablar. A una persona generalmente es necesario explicarle, convencerla, observar su actuación y también dejarle que ella le hable a usted. Esto nos trae a nuestro objetivo final: comprender a otros.

Algunas de las causas que contribuyan para formar barreras psicológicas son: Altos status (título), poder para emplear o despedir, uso de sarcasmo, actitud despótica, crítica punzante, uso de conocimientos precisos y detallados, facilidad en el uso del lenguaje, maneras demasiado formales, apariencia física imponente, interrumpir a los demás cuando hablan, etc.

- ❖ **Barreras fisiológicas:** De este tipo son las que impiden emitir o recibir con claridad y precisión un mensaje, debido a los defectos fisiológicos del emisor o receptor. Tales defectos pueden afectar a cualquiera de los sentidos.

- ❖ **Barreras físicas:** La distancia y el exceso de ruido dificultan la comunicación, así como las interferencias en el radio o el teléfono. Estos son ejemplos de barreras físicas que debemos tomar en cuenta al comunicarnos, a fin de eliminarlas lo más posibles.

- ❖ **Barreras administrativas:** Son aquellas causadas por las estructuras organizacionales, como mala planeación y deficiente operación de los canales.

2.2.1.10 Condiciones para una comunicación eficaz

Los mensajes informativos para llegar con claridad y ser entendidos por el usuario deben cumplir los siguientes requisitos:

- ❖ **Claridad:** Se trata de sustituir las palabras complicadas por otras asequibles a cualquier nivel cultural, adaptadas a la comprensión de quien nos habla. Por eso, es muy importante que el informador intuya el nivel de comprensión del usuario y adecue su lenguaje a él.

- ❖ **Brevedad:** Si sobrecargamos de datos innecesarios una comunicación desviamos la atención del usuario de lo esencial.

- ❖ **Orden en el mensaje:** Los datos deben estructurarse según un orden lógico y ser presentados graduando la dificultad para hacerlos más comprensibles.

- ❖ **Insistencia:** Al repetir el mensaje damos tiempo al usuario para que entienda a la perfección lo que decimos.

- ❖ **Ilustración:** Es conveniente apoyar la información con imágenes, ejemplos, comparaciones, etc. que sean familiares al usuario con el fin de garantizar la comprensión y la memoria.
- ❖ **Información completa:** Un mensaje debe ser breve pero no incompleto, pues una información que no es completa perderá eficacia por buena que sea.
- ❖ **Información de retorno:** Después de informar, es esencial comprobar que el oyente ha comprendido. Para ello preguntaremos directamente al usuario y analizaremos cómo expresa la información con sus propias palabras.

2.2.1.11 Pautas para una comunicación eficaz

A continuación algunas pautas que podemos tener en cuenta cuando nos comunicamos con los demás para ser más eficaces:

- ❖ **Escuchar:** La mayoría de las personas hablan demasiado. Nuestro objetivo ha de ser que los demás hablen cuando nos convenga y entonces escucharles.
- ❖ **Preguntar:** Cuando preguntamos conseguimos:
 - Comprobar que nos han entendido bien.
 - Hacer hablar a los demás, para ello podemos utilizar preguntas abiertas. Ej.: una pregunta abierta sería: ¿cuándo trabajas?, podríamos formular esta pregunta directamente de forma cerrada, pero no nos facilitaría información. ¿mañana vas a trabajar? (es cerrada porque la respuesta es un sí o un no).

- ❖ **No tratar de dominar con nuestra conversación:** Esto puede llegar a crear barreras insalvables para una buena comunicación. Demasiada jerga (palabras específicas) o demasiadas opiniones personales, provocan reacciones emocionales que, generalmente, son desfavorables. El voluntario debe amoldarse, en la medida de lo posible a las características y conocimiento del usuario.

- ❖ **Buscar señales:** debemos estar alerta para captar las respuestas y reacciones de los demás. Lo que dicen, la forma en que lo dicen, el lenguaje corporal, pueden dar indicios vitales de su comprensión e interés por nuestros mensaje.

- ❖ **Promover la comunicación bidireccional:** Esto es esencial. La comunicación que fluye en un solo sentido, es mala. Escuchar, preguntar, hablar con los demás y buscar señales ayudan a establecer una buena comunicación bidireccional.

Por último, para que la comunicación sea eficaz es conveniente tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ❖ **Tiempo de habla:** Los estudios demuestran que las personas que hablan más del 80% del tiempo que dura una conversación no son bien valorados, se les considera “egocéntricos”. Tampoco lo son los que hablan menos del 20% del tiempo.

- ❖ **Retroalimentación:** cuando hablemos o cuando nos hablen, debemos tener en cuenta que se necesita saber si estamos entendiendo lo que nos dicen o si están comprendiendo lo que nosotros decimos, esto favorece la comunicación.

- ❖ **Utilización de preguntas:** nos permitirán ir guiando la conversación y a la vez conocer lo que la otra persona piensa y siente sobre lo que decimos.

2.2.1.12 Comunicación asertiva

La persona que se comunica asertivamente, expresa en forma clara lo que piensa, siente o necesita, teniendo en cuenta los derechos, sentimientos y valores de sus interlocutores. Para esto, al comunicarse da a conocer y hacer valer sus opiniones, derechos, sentimientos y necesidades, respetando las de las demás personas.

La comunicación asertiva se fundamenta en el derecho inalienable de todo ser humano a expresarse, a afirmar su ser y a establecer límites en las relaciones con las demás personas. Así se aumentan las posibilidades de que las relaciones interpersonales se lesionen menos y sea más sencillo abordar los conflictos.

Podemos definir la asertividad como un comportamiento de comunicación en el que la persona que lo ejecuta ni agrede ni se somete a la voluntad de los demás, siendo capaz de manifestar sus convicciones y de defender sus derechos. Otras conductas posibles son la actitud agresiva y la actitud pasiva, aunque no son eficaces para resolver conflictos ni recomendables en la atención al cliente o usuario.

2.2.1.13 Técnicas para una comunicación asertiva

- ❖ **Técnica del disco roto/rayado:** repetir nuestro punto de vista con tranquilidad, manifestando acuerdo, sin dejarse ganar por otros aspectos. Por ejemplo, utilizando frases como...Sí, pero... Sí, lo sé, pero mi punto de vista es... Estoy de acuerdo, pero...

- ❖ **Técnica del acuerdo asertivo:** responder a la crítica que nos realizan admitiendo que hemos cometido un error, pero separándolo del hecho de que seamos una buena o mala persona. Por ejemplo: Sí, no he realizado la tarea que me comentaste, la verdad es que suelo ser más responsable, no volverá a ocurrir.

- ❖ **Técnica de la pregunta asertiva:** consiste en pedir explicación de la conducta que hemos manifestado para obtener información con la que defendernos de los reproches injustificados. Por ejemplo: entiendo que te hayas sentido molesto por lo que dije el otro día, pero ¿qué es lo que realmente te molestó?

- ❖ **Técnica de ignorar:** se trata de ignorar la razón por la que el usuario parece estar enfadado y aplazar la discusión hasta que éste se haya calmado. Por ejemplo: siento que ahora mismo estás bastante enfadado y vamos a decir cosas de las que luego nos arrepentiremos, mejor dejamos este tema para otro momento en el que estemos más calmados.

- ❖ **Técnica para procesar el cambio:** discutir con la otra persona lo que ha sucedido en el momento actual, centrándonos en el presente y en los hechos originarios del problema surgido y evitando generalizar. Por ejemplo: creo que estamos desviando el tema del que hablábamos, mejor nos centramos en...

- ❖ **Técnica de claudicación simulada:** aparentar ceder terreno sin cederlo realmente, es decir, mostrarse de acuerdo con el argumento de la otra persona pero no consentir en cambiar de postura. Por ejemplo: lo que dices puede ser cierto, pero...

- ❖ **Técnica del quebrantamiento del proceso:** responder a la crítica que intenta provocarnos con una sola palabra o con frases cortas sin significado. Por ejemplo: sí, no, de acuerdo, es posible...
- ❖ **Técnica de la ironía asertiva:** responder positivamente a la crítica hostil. (Responder a «Eres un fanfarrón» con un «Gracias».)
- ❖ **Técnica del aplazamiento asertivo:** aplazar la respuesta a la afirmación que intenta desafiarnos hasta que nos sintamos más tranquilos y capaces de responder a ella apropiadamente. Por ejemplo: en este momento no me encuentro en disposición de hablar de este tema.

2.2.2 Habilidad

Del latín “habilitas”, es la capacidad y destreza para realizar algo, que se obtiene en forma innata, o se adquiere o perfecciona, en virtud del aprendizaje y la práctica. Las habilidades o destrezas pueden darse en múltiples ámbitos de la vida, ya sea en el deporte, en las artes, en las ciencias, en las actividades manuales, etcétera. Todas las personas tienen una o más habilidades y es muy poco probable que alguien posea grandes habilidades en todos los campos.

2.2.2.1 Habilidades Comunicativas

Según **Domenec BF (2012)** manifiesta que las habilidades comunicativas son todas aquellas habilidades que nos permiten comunicarnos mejor con el resto de las personas.

Las habilidades comunicativas hace alusión a las capacidades o competencias que tiene un individuo para desempeñarse en los diferentes

contextos y situaciones de la vida diaria, para resolver problemas en situaciones específicas de acuerdo a las necesidades y exigencias del medio.

Por otro lado, las habilidades comunicativas se puede decir que son los niveles de competencias y destrezas que adquieren los individuos por la sistematización de determinadas acciones a través de las experiencias y la educación que obtienen en el transcurso de sus vidas que les permiten el desempeño y la regulación de la actividad comunicativa.

Lo que sugiere **Jayson Demers (2014)** "Aprende a convertirte en un buen comunicador para mejorar el entendimiento y la relación con tus empleados, clientes y socios".

Dentro de las habilidades comunicativas se puede destacar las siguientes:

❖ **Escuchar**

Es la capacidad de sentir, de percibir sensorialmente lo que transmite otra persona, comprende el mensaje, este aspecto, exige tomar conciencia de las posibilidades de tergiversación de los mensajes, permitiéndole evaluar la importancia de lo escuchado, respondiéndole acertadamente al interlocutor.

❖ **Hablar**

Se denomina hablar a la capacidad de comunicarse mediante sonidos articulados que tiene el ser humano. Estos sonidos son producidos por el aparato fonador, que incluye lengua, velo del paladar, cuerdas vocales, dientes, etc. Esta propiedad es distintiva en el hombre, ya que si bien está presente en distintas especies del reino animal, es en la naturaleza del hombre en la que alcanza su más alta manifestación, en la medida en que

despliega un altísimo grado de complejidad y abstracción en lo referente al contenido.

❖ Leer

La lectura permite el desarrollo de las habilidades restantes y competencias del ser humano. Como realización intelectual, es un bien colectivo indispensable en cualquier contexto económico y social. Como función cognitiva, permite el acceso a los avances tecnológicos, científicos y de la información. Da la posibilidad de recrear y comprender mejor la realidad. Leer hoy, es ser capaz de dialogar críticamente con el texto, tomar una postura frente a ello y valorarlo integrándolo en el mundo mental propio.

❖ Escribir

La expresión escrita representa el más alto nivel de aprendizaje lingüístico, por cuanto en ella se integran experiencias y aprendizajes relacionados con todas las habilidades lingüísticas (escuchar, hablar y leer) y se ponen en funcionamiento todas las dimensiones del sistema lingüístico (fonológica, morfo-sintáctica, léxica-semántica y pragmática).

La escritura es una habilidad compleja, que implica que el escritor tenga conocimientos, habilidades básicas, estrategias y capacidad para coordinar múltiples procesos.

2.2.2.2 Desarrollo de habilidades comunicativas

El desarrollo de habilidades comunicativas tiene además, como otra nota característica, la posibilidad de transferencia en el sentido en que una habilidad comunicativa no se desarrolla para un momento o acción determinados, sino que se convierte en una cualidad, en una forma de respuesta aplicable a múltiples situaciones que comparten esencialmente la

misma naturaleza; de allí que se hable de que las habilidades comunicativas desarrolladas por un individuo configuran una forma peculiar de resolver tareas o resolver problemas en áreas de actividad determinadas.

Para desarrollar las habilidades comunicativas se deberá aprender la importancia del uso de la palabra. No es lo mismo decir: “fácil”, “medio”, “difícil”, “muy difícil”, “tremendamente difícil” o “imposible”. Cada una de estas palabras producirá una reacción muy diferente en tu interlocutor y como esta palabra luego se asemeje a la realidad provocará otra respuesta.

La calidad de las habilidades comunicativas se basan en usar la palabra correcta para influir de tal modo que la diferencia con la realidad no será tanto como para que salga defraudado. O aun más, puedes llegar a un nivel tan alto que puedes adaptar lo que tú quieres que sea real a la realidad.

Por lo tanto para desarrollar las habilidades comunicativas al máximo se considera los siguiente:

- Mantener siempre la calma
- Ser muy diplomático
- Escuchar y observar bien a tu interlocutor
- Aprender a utilizar las palabras correctamente para influir
- Hablar de tal manera que emociones y persuades

2.2.3 Atención

Focalización u orientación de la energía hacia un lugar, espacio o situación determinada, con la intención consciente o inconsciente de lograr un objetivo claro.

Consiste en el despliegue que un organismo realiza en el transcurso de su actividad de obtención de información en su entorno. Esta actividad consiste

en una búsqueda que tiene, por una parte, aspectos conductuales y, por otra, manifestaciones neurofisiológicas.

2.2.3.1 Tipos de atención

- ❖ **Activa y voluntaria:** Es cuando se orienta y proyecta mediante un acto consciente, volitivo y con un fin de utilidad práctica y en su aplicación buscamos aclarar o distinguir algo.
- ❖ **Activa e involuntaria:** Es orientada por una percepción.
- ❖ **Pasiva:** Es atención pasiva la que es atraída sin esfuerzo porque el objeto es grato y es este quien la orienta.

2.2.3.2 Finalidad de la atención

La atención al usuario busca principalmente dar respuesta o solución a las consultas o problemas que los personas que puedan experimentar en relación al uso o consumo de los productos o servicios que adquirieron en la empresa. Pero, un fin implícito, es la fidelización del cliente con la empresa: un cliente o usuario contento seguramente estará mucho más dispuesto a adquirir nuevos productos/servicios de la empresa que un cliente que no ha obtenido respuestas o soluciones.

2.2.3.3 Objetivos de la atención

Dentro de la amplia variedad de instrumentos o sistemas para mejorar la fidelización de los clientes y retenerlos en la empresa se encuentran los Servicios de Atención al Cliente. Los objetivos fundamentales de estos son:

- Mejorar la atención y el servicio a los clientes. El centro de atención al cliente debe investigar a los consumidores y proponer mejoras en el servicio y en el proceso de prestación del mismo.
- Detectar deficiencias en los servicios. Obtener información sobre errores, problemas y deficiencias en los servicios.
- Reclamaciones por quebrantos económicos. De especial importancia en los bancos es el tratamiento de las reclamaciones por quebrantos económicos. Es preciso un tratamiento organizado y profesional de estas reclamaciones. Es precisa la existencia de procedimientos conocidos y varios niveles de atención.
- Tratamiento de la insatisfacción en los servicios. Son numerosas las posibles causas de insatisfacción a las que es preciso dar respuestas.
- Sugerencias. El servicio debe constituirse en una valiosa fuente de información para la mejora del servicio. Es preciso tener en cuenta que muchos consumidores en vez de quejarse simplemente se marchan con la competencia.

2.2.4 Atención al usuario

El concepto de atención al usuario hace referencia al manejo y diseño de canales de comunicación que destina una organización con fines de lucro para establecer contacto e interactuar con sus clientes.

Conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

En toda organización, la calidad de la atención al cliente o usuario está directamente relacionada con su éxito. Escuchar, entender, estar predispuesto a ofrecer soluciones, respetar, ayudar, apreciar y recordar al

cliente con algunas de las actitudes que hacen a una buena atención al cliente.

2.2.4.1 Características de la atención al usuario

Sin un departamento de servicio que satisfaga a los clientes, la lealtad puede no ser lograda y los clientes pueden no regresar. La información sobre un servicio de atención al cliente pobre se esparce de boca a boca y desanima a los nuevos clientes a probar tu producto o servicio. Varias características deben estar presentes en un representante de servicio de atención al cliente.

- ❖ **Habilidades de escucha:** Un representante de servicio de atención al cliente debe poder escuchar las necesidades del mismo. Toma nota y resume las palabras del cliente para repetirlas y que así haya entendimiento. En vez de planear la respuesta mientras el cliente habla, escucha con la meta de comprender.

- ❖ **Habilidades de pregunta:** Aquellos que están en el servicio de atención al cliente saben que hacer las preguntas correctas puede arrojar las respuestas necesarias para resolver el problema. Las preguntas de calidad ayudan a descubrir las necesidades, metas, objetivos y preocupaciones reales de los clientes para que el representante pueda trabajar para pueda resolverla y aliviar las preocupaciones.

- ❖ **Responsable:** Para trabajar en el servicio de atención al cliente, se debe tener responsabilidad. Ésta es bilateral, ya que cubre la responsabilidad en la concurrencia, el servicio, lealtad y actitud. También cubre la habilidad del agente de tomar responsabilidad por los errores y resultados, sabiendo que sus propias acciones determinan los resultados en situaciones con clientes.

- ❖ **Sensible:** Cada necesidad, pregunta o preocupación es resuelta en el servicio de atención al cliente de calidad. Saltear una pregunta porque la respuesta no se sabe puede dejar a un cliente sintiéndose ignorado. Muchas consultas relacionadas al servicio son multifacéticas por lo que es importante responder completamente a una consulta antes de seguir con otra.

- ❖ **Entendido:** Los agentes de servicio de atención al cliente deben ser completamente expertos en el departamento/producto/servicio del cual son responsables. Junto a este conocimiento viene la confianza, la cual lleva a la satisfacción al cliente. Si surge una situación en la cual el agente no sabe la respuesta, debe estar dispuesto a admitir su desconocimiento y encontrar la respuesta o remitir al cliente a un representante que sepa la respuesta.

- ❖ **Completo:** Un representante de servicio de atención al cliente debe resolver una situación hasta completarse. En lugar de ser rápido para desligarse del problema o estar con dudas para resolver las necesidades de un cliente, el agente debe ser exhaustivo y trabajar a través de cada situación paso a paso hasta que esté resuelta.

- ❖ **Puntual:** El servicio de atención al cliente es mejor cuando es rápido. Dejar que un cliente tenga que esperar en la llamada o tienda por un representante disponible es inaceptable. La respuesta a tiempo a un pedido, pregunta, preocupación o problema es el primer paso a una solución. Esto puede no siempre ser veloz, pero debería ser eficiente y exhaustivo.

- ❖ **Preciso:** Toda información emitida por un representante de servicio de atención al cliente debe ser 100% segura. Sean instrucciones de

ensamblaje o desempeño, o información acerca de garantías, todo debe ser objetivo. Junto a la precisión de hechos, el representante debe ser preciso en las acciones realizadas por parte del cliente. • Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente. Antes de diseñar cualquier política de atención al cliente es necesario conocer a profundidad las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.

2.2.4.2 Usuario o cliente

El cliente o usuario es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la retención y fidelización del cliente, concebido éste como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y, por supuesto, la relación con el cliente.

Es la fuente principal de información que permite a la empresa corregir o mejorar el producto que entrega, a fin de satisfacer sus necesidades y expectativas. Un cliente es alguien cuyas necesidades y deseos deben ser satisfechos por las personas que laboran en la empresa.

2.2.4.2.1 Los aspectos esenciales que pueden caracterizar el concepto de cliente o usuario son:

- Son las personas más importantes para cualquier organización.
- Un cliente no depende de usted, es usted quien depende del cliente.
- Un cliente no interrumpe su trabajo, sino que es la finalidad del mismo.
- No le está haciendo ningún favor al servirle, sino que ese es su obligación.

- Son seres humanos llenos de necesidades y deseos. Su labor es satisfacerlos.
- Merecen el trato más amable y cortés.
- Representan el fluido vital de la organización, sin ellos la organización no tendría razón de ser.

2.2.4.2.2 Definición de los clientes o usuarios internos y externos

- ❖ **Interno:** Son aquellas personas dentro de la empresa, que por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativo, administrativo o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.
- ❖ **Externos:** Son aquellos que no pertenece a la empresa u organización y va a solicitar un servicio o a comprar un producto.

2.2.4.2.3 Tipos de usuarios o clientes

Los tipos de clientes se clasifican como:

2.2.4.2.3.1 Por influencia

- ❖ **De influencia familiar:** son tipos de clientes que influyen a los familiares y amigos. Como consecuencia de ello manteniendo satisfecho al cliente, se asegura la venta o el servicio.
- ❖ **De una influencia regular:** son los clientes generadores de opinión, pueden ser los especialistas o los médicos que recomiendan un producto medicinal en particular a su paciente y este a su vez o vuelve a recomendar influyendo entonces socialmente.

- ❖ **Los altamente influyentes:** son los influyen positiva o negativamente sobre un producto a nivel grupal, es decir que inciden a un grupo amplio de personas sobre la compra o no compra de un producto o contratación de un servicio.

2.2.4.2.3.2 Por satisfacción

- ❖ **Los Complacidos:** son los clientes que perciben tras la compra que ese producto o servicio superó sus expectativas, por lo tanto serán clientes afines y leales a una marca.
- ❖ **Los satisfechos:** son los que pudieron percibir que sus expectativas fueron cumplidas, también puede ser leal a la marca hasta tanto otra le ofrezca algo superior.
- ❖ **Los insatisfechos:** son los que no pudieron percibir cumplidas sus expectativas, por lo tanto a partir de ello elegirán otra marca.

2.2.4.2.3.3 Según el volumen de las compras

- ❖ **De alto volumen:** son los que compran a un nivel superior al de la mayoría de los clientes. Son los complacidos con el producto.
- ❖ **Los de promedio general:** son los compradores habituales del producto o contratan habitualmente e servicio. Si se investiga la capacidad de pago y compra pueden convertirse en uno de alto volumen.
- ❖ **Los de bajo volumen:** son los que con sus compras no llegan a superar a los de promedio general.

2.2.4.2.3.4 Según la frecuencia

- ❖ **Ocasional:** cuando sus compras son casuales o lo hace solo un vez, lo por primera vez sin conocer con detalle el producto.
- ❖ **El habitual:** es el cliente que hace la compra regularmente, por cierto están satisfechos con el producto y la empresa. Puede ser transformado en un cliente frecuente si se le aumenta el nivel de satisfacción.
- ❖ **El cliente frecuente:** es que realiza la compra frecuentemente y si no la hace frecuentemente, el lapso de tiempo entre una y otra compra no es superior al del resto de los clientes.

2.2.4.2.3.5 Según la actividad

- ❖ **Activo:** cuando realiza sus compras actualmente o si ha hecho las compras durante un período de tiempo corto.
- ❖ **Inactivos:** son los que hace tiempo atrás hicieron una compra y no regresaron, porque no necesitan del producto o porque optaron por los de la competencia.

2.2.4.2.4 Decálogo de la atención al cliente o usuario

A continuación se plantea lo que se considera el decálogo de la atención al cliente. Cumpliéndolo a cabalidad se pueden lograr altos estándares de calidad en el servicio al cliente.

1. El cliente por encima de todo: Es la razón de ser de nuestro servicio

2. No hay nada imposible cuando se quiere: A pesar de que muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo, inteligencia y deseos de atenderlo adecuadamente, se puede lograr lo que él desea.

3. Cumplir todo lo que prometas: Son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes. Pero, ¿Qué pasa cuando el cliente se da cuenta? Son las ventas de un día y con ello el cliente de un día que por otra parte difundirá una mala imagen de la misma.

4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle lo que espera: El cliente se siente satisfecho cuando recibe lo que espera, y esto se logra conociéndolo bien y enfocándonos en sus necesidades y expectativas.

5. Para el cliente, tú marcas la diferencia: Las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen una gran responsabilidad, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver, ellos hacen la diferencia. Puede que todo funcione a las mil maravillas, pero si la persona que está frente al cliente falla, probablemente la imagen que el cliente se lleve de todo el negocio será deficiente.

6. Fallar en un punto significa fallar en todo: Como se expresa en el punto anterior, puede que todo funcione a la perfección, que tengamos todo controlado, pero qué pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega averiada o si en el momento de empacar los zapatos nos equivocamos y le damos un número equivocado. Sencillamente todo el esfuerzo se va al piso y el resultado es fatal.

7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos: Los empleados propios son el primer cliente de una empresa (clientes internos). Si no se les satisface a ellos, como pretender satisfacer a los clientes externos. Las políticas de recursos humanos deben ir a la par de las estrategias de marketing.

8. El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente: Aunque existan indicadores de gestión elaborados dentro de la empresa para medir la calidad del servicio, la realidad es que son los clientes quienes, en su mente y su sentir, hacen su valoración. Si la calidad les satisface regresan y no regresan si no lo es.

9. Por muy bueno que sea el servicio, siempre se puede mejorar: Aunque se hayan alcanzado las metas propuestas en el servicio y satisfacción del cliente, es necesario plantearse nuevos objetivos, “la competencia no da tregua”.

10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo: Los equipos de trabajo no solo deben funcionar para detectar fallas o para plantear soluciones y estrategias. Cuando así se requiera, todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

La atención al cliente es una herramienta orientada a que los errores sean mínimos, a fin de que existan usuarios satisfechos, lo cual se convierte en un sistema de mejora continua en la empresa orientada a mejorar la calidad de servicio.

2.2.5 El servicio

Un servicio es un conjunto de acciones que buscan responder a una o más necesidades de un usuario o cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico.

Horovitz, J. (1991). La calidad del servicio: A la conquista del cliente. McGraw-Hill. Nos indica que “Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de la gente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan para el estado (servicios públicos).

Entendiendo este concepto del autor nos adentramos a una muy delicada labor, la de satisfacer las necesidades de la gente, ofreciendo servicios de calidad a la población que demanda una atención en las dependencias de la Policía Judicial Zona 8. Por lo antes expuesto es necesario determinar cómo deberá ser el servicio que se ofrecería a los usuarios.

2.2.5.1 Importancia del servicio

Un buen servicio al cliente es un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal.

Atraer nuevos clientes es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las compañías optan por poner por escrito la actuación de la empresa.

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

2.2.5.2 Características de los servicios

- La labor debe ser empresarial con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y cortesía.
- La empresa debe tener conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente. Es muy necesario conocer a las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.
- Flexibilidad y mejora continua ya que las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios del sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Por ello el personal que está en contacto con el cliente ha de tener la información y capacitación adecuadas para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes incluso en los casos más inverosímiles.
- Se debe adecuar el tiempo de servir en función del cliente.
- Plantearse la fidelización como objetivo fundamental en la atención al cliente.
- La Empresa debe formular estrategias que le permitan alcanzar nuevos objetivos y distinguirse dentro de sus competidores.

Estas características nos servirán como criterios para poder determinar la calidad del servicio que se ofrece en las dependencias de la Policía Judicial

Zona 8, la forma correcta del desempeño en la atención al usuario y medir la competitividad y productividad de las secretarías de esta dependencia.

El criterio de **Hernández Pérez (1999)** de que: la “competitividad es el estadio comprometido con la mejora continua, por el que debe transitar la empresa en su camino hacia el éxito, en leal y solidaria competencia con otras de su tipo”, sobre la base de ofertar servicios de cada vez mayor calidad, que le permitan de manera creciente, ganar la confianza de sus usuarios, tanto nacionales como extranjeros, logrando un posicionamiento progresivo y credibilidad de los procesos y servicios en esta entidad pública, con vistas a consolidar su imagen corporativa, sin dejar de cumplir con su razón de ser y con los intereses nacionales y territoriales, donde se localiza y desempeña.

2.2.5.3 Componentes básicos para brindar un buen servicio de atención al cliente o usuario:

- ❖ **Accesibilidad:** Los clientes deben tener la posibilidad de contactar fácilmente con la empresa.
- ❖ **Capacidad de respuesta:** Dar un servicio eficiente sin tiempos muertos ni esperas injustificadas.
- ❖ **Cortesía:** Durante la prestación de servicio el personal debe ser atento, respetuoso y amable con los clientes.
- ❖ **Credibilidad:** El personal en contacto con el público debe proyectar una imagen de veracidad que elimine cualquier indicio de duda en los clientes.
- ❖ **Fiabilidad:** Capacidad de ejecutar el servicio que prometen sin errores.

- ❖ **Seguridad:** Brindar los conocimientos y la capacidad de los empleados para brindar confianza y confidencia.
- ❖ **Profesionalidad:** La prestación de servicios debe ser realizada por personal debidamente calificado.
- ❖ **Empatía:** Brindar atención individualizada y cuidadosa al cliente.

2.2.6 Eficiencia, eficacia y efectividad

De acuerdo a la Real Academia Española:

- ❖ **Eficacia:** "Capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios posibles". Aplicable preferiblemente, salvo contadas excepciones a personas y de allí el término eficiente
- ❖ **Eficiencia:** "Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera, sin que priven para ello los recursos o los medios empleados". Esta es una acepción que obedece a la usanza y debe ser reevaluada por la real academia; por otra parte, debe referirse más bien a equipos.
- ❖ **Efectividad** se define como la "Cuantificación del logro de la meta". Compatible el uso con la norma; sin embargo, debe entenderse que puede ser sinónimo de eficacia cuando se define como "Capacidad de lograr el efecto que se desea".

La eficiencia y la efectividad son dos adjetivos de naturaleza cualitativa, ambos aplicables a los procesos logísticos o cualquier área en general, pues en condiciones ordinarias se propende a la optimización; lo que implica eficiencia y en condiciones extraordinarias se debe cumplir la misión aún a costa de los medios, sin llegar a convertirse en victorias pírricas; es

importante entender, que la eficacia no es un defecto, pues una alta eficiencia depende de seguir estrictamente los lineamientos de la planificación, pero es conocido que la planificación debe ser flexible, pues existen variables influyentes, especialmente las del entorno que producen cambios que de no poderse actuar en ellos podrían producir el fracaso, es en estas contingencias donde la eficacia se impone. Por otra parte, la efectividad es la cuantificación del cumplimiento de la meta, no importa si ésta se logra en forma eficiente o en forma efectiva. En algunos casos, se acepta la efectividad como el logro de una meta acertadamente seleccionada en el proceso de planificación, es decir, la hipótesis que producía la solución idónea al problema o necesidad existente. Sin embargo, esto corresponde a la acertividad, palabra ésta, que no se encuentra en el diccionario.

2.3 MARCO LEGAL

Considerando que la Policía Judicial es parte de unas de las instituciones del Estado por ende pertenece al servicio público se deben tener en consideración los aspectos establecidos en la Constitución y en la Ley del Servicio Público que tengan relación con la Atención al Cliente, para lo cual debemos definir qué:

Constitucionalmente toda administración forma parte del Estado; a su vez, por estar sujetos a lo que la constitución establece, los servidores públicos deben lealtad a la dependencia para la que trabajan. "Los servidores públicos deben administrar sus organizaciones tomando en cuenta: la rendición de cuentas de los servidores públicos ante el ministro; el deber de todo funcionario de desempeñar las funciones públicas de manera razonable y con apego a la ley; el deber de apegarse a la ley, incluyendo las obligaciones que establecen la ley y los tratados internacionales, y la defensa de la administración de justicia, y las normas éticas que rigen a las diferentes profesiones."

Al mismo tiempo, los servidores públicos deben estar siempre conscientes de que sus ministros también tienen deberes y son responsables de diversas maneras: los ministros deben rendir cuentas ante los representantes electos del pueblo a través de la Legislatura; los ministros tienen el deber de proporcionar tanto a la Legislatura como al público en general la información lo más detallada posible sobre sus políticas, decisiones y acciones, y no deben ni engañarlos ni defraudarlos.

Teniendo en cuenta los Derechos de los usuarios se debe destarar dentro de la Constitución de la República del Ecuador:

"Capítulo sexto

Derechos de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

Literal 25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características."

Dentro de la Ley Orgánica del Servicio Público (Losep) se puede regular la relación de los servidores públicos con el Estado, los cuales responden a la necesidad de brindar un servicio público eficiente a la toda las ciudadanas señaladas a través del artículo 22 de esta Ley y enfocadas brindar una atención de óptima calidad al público:

"TITULO III

DEL REGIMEN INTERNO DE ADMINISTRACION DEL TALENTO HUMANO

CAPITULO 1

DE LOS DEBERES, DERECHOS Y PROHIBICIONES:

Art. 22.- Deberes de las o los servidores públicos.- Son deberes de las y los servidores públicos:

a) Respetar, cumplir y hacer cumplir la Constitución de la República, leyes, reglamentos y más disposiciones expedidas de acuerdo con la Ley;

b) Cumplir personalmente con las obligaciones de su puesto, con solicitud, eficiencia, calidez, solidaridad y en función del bien colectivo, con la diligencia que emplean generalmente en la administración de sus propias actividades;

c) Cumplir de manera obligatoria con su jornada de trabajo legalmente establecida, de conformidad con las disposiciones de esta Ley;

f) Cumplir en forma permanente, en el ejercicio de sus funciones, con atención debida al público y asistirlo con la información oportuna y pertinente, garantizando el derecho de la población a servicios públicos de óptima calidad;

h) Ejercer sus funciones con lealtad institucional, rectitud y buena fe. Sus actos deberán ajustarse a los objetivos propios de la institución en la que se desempeñe y administrar los recursos públicos con apego a los principios de legalidad, eficacia, economía y eficiencia, rindiendo cuentas de su gestión;

Art. 24.- Prohibiciones a las servidoras y los servidores públicos.- Prohíbese a las servidoras y los servidores públicos lo siguiente:

c) Retardar o negar en forma injustificada el oportuno despacho de los asuntos o la prestación del servicio a que está obligado de acuerdo a las funciones de su cargo;

h) Paralizar a cualquier título los servicios públicos, en especial los de salud, educación, justicia y seguridad social; energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, procesamiento, transporte y distribución de hidrocarburos y sus derivados; transportación pública, saneamiento ambiental, bomberos, correos y telecomunicaciones;"

2.4 MARCO CONCEPTUAL

❖ HABILIDADES COMUNICATIVAS

Las habilidades comunicativas hace alusión a las capacidades o competencias que tiene un individuo para desempeñarse en los diferentes contextos y situaciones de la vida diaria, para resolver problemas en situaciones específicas de acuerdo a las necesidades y exigencias del medio.

❖ COMUNICACIÓN

La comunicación se deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

❖ COMUNICACIÓN ORAL

Se hace uso del habla, y la ventaja es que tiene rapidez, además se pueden evacuar dudas de inmediato.

❖ COMUNICACIÓN ESCRITA

Esta se da a través de cartas, memorando, boletines, entre otros. La ventaja es que se constituye como registro de información y evita evadir responsabilidades.

❖ COMUNICACIÓN NO VERBAL

Esta se da a través de movimientos corporales y expresiones faciales.

❖ COMUNICACIÓN DE MEDIOS ELECTRÓNICOS

Se da a través de los equipos que se encuentran interconectadas entre sí. (mensajes a través de Internet, mensajes a través de fax, celulares, entre otros.)

❖ ATENCIÓN

Focalización u orientación de la energía hacia un lugar, espacio o situación determinada, con la intención consciente o inconsciente de lograr un objetivo claro.

❖ USUARIO

En el comercio y el marketing, un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra, es el comprador y quien consume, el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona.

❖ **SERVICIO**

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico.

❖ **ATENCIÓN AL USUARIO**

Conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

❖ **SECRETARIA EJECUTIVA**

Es la persona encargada de un organismo u oficina, y cuyas funciones, en sentido amplio son mantener las relaciones de la entidad y tramitar los asuntos de la misma, además de otras actividades internas como archivo, correspondencia, recepción de visitas, etc.

❖ **HABILIDAD**

Proviene del término latino *habilitas*, y hace referencia a la maña o destreza para desarrollar algunas tareas.

❖ **EFICACIA**

"Capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios posibles".
Aplicable preferiblemente, salvo contadas excepciones a personas y de allí el término eficiente

❖ EFICIENCIA

"Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera, sin que priven para ello los recursos o los medios empleados". Esta es una acepción que obedece a la usanza y debe ser reevaluada por la real academia; por otra parte, debe referirse más bien a equipos.

❖ EFECTIVIDAD

Se define como la "Cuantificación del logro de la meta". Compatible el uso con la norma; sin embargo, debe entenderse que puede ser sinónimo de eficacia cuando se define como "Capacidad de lograr el efecto que se desea".

❖ USUARIO INTERNO

Son aquellas personas dentro de la empresa, que por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativas, administrativas o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.

❖ USUARIO EXTERNOS

Son aquellos que no pertenece a la empresa u organización y va a solicitar un servicio o a comprar un producto.

❖ CREDIBILIDAD

El personal en contacto con el público debe proyectar una imagen de veracidad que elimine cualquier indicio de duda en los clientes.

❖ **FIABILIDAD**

Capacidad de ejecutar el servicio que prometen sin errores.

❖ **EMPATÍA**

Brindar atención individualizada y cuidadosa al cliente.

❖ **ACCESIBILIDAD**

Los clientes deben tener la posibilidad de contactar fácilmente con la empresa.

❖ **CAPACIDAD DE RESPUESTA**

Dar un servicio eficiente sin tiempos

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2 METODOS DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación responde a un paradigma de investigación cualitativa porque es un modelo conocido como: naturalista, participativa, humanista, etnográfico y a su vez interpreta el problema o fenómeno de estudio.

El método que se utilizará para el desarrollo de la investigación será el deductivo. La modalidad de la investigación es de campo y bibliográfica, para pasar a una nueva etapa en donde se realiza un trabajo explicativo y culmina con un diseño de proyecto factible.

Luego de recopilar los datos necesarios, analizar y describir los efectos de la situación problema se presenta la Propuesta “Diseño de Manual de Atención y Servicio al usuario como propuesta que asegure una eficiente atención a los clientes internos como externos de la PJ Zona 8,” como proyecto factible que brinde solución a la situación conflicto presentado en este proyecto de investigación.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 POBLACIÓN

La población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de la población poseen una característica común, la misma que se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Tabla 4

ACTORES	POBLACIÓN
JEFE	1
SECRETARÍAS	25
USUARIOS	70
TOTAL	96

Fuente: Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

3.3.2 MUESTRA

De la población detallada se extrae una muestra probabilística y se determina la técnica de recolección de datos que se utilizará para el levantamiento de la información.

Tabla 5

ACTORES	POBLACIÓN
JEFE	1
SECRETARÍAS	25
USUARIOS	20
TOTAL	46

Fuente: Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de datos se refiere al uso de técnicas y herramientas que se para el analizar y desarrollar los sistemas de información utilizables dentro del proyecto. Se emplearán técnicas primarias de investigación tales como:

Tabla 6

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Observación	Ficha de Observación
Encuesta Entrevista	Cuestionarios de Preguntas

Fuente: Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

3.4.1 La Observación

La observación directa se utilizará al momento de constatar en el lugar de cada uno de los empleados que cumplen las funciones y procedimientos; en el lugar de los hechos, es decir en la Policía Judicial de la Zona 8, a fin de establecer una opinión personal de los acontecimientos.

3.4.2 La Encuesta

- ❖ **Encuesta a los usuarios de la Policía Judicial de la Zona 8:** se aplicó con el objetivo de recoger información acerca de los criterios que poseen los usuarios sobre el desempeño laboral de las secretarías ejecutivas, mediante un cuestionario.

3.4.3 La Entrevista

- ❖ **Entrevista al Jefe de la Policía Judicial de la Zona 8:** se aplicó con el propósito de conocer criterio sobre el desempeño laboral de las secretarías ejecutivas, obteniendo información específica lo que permitirá proponer el diseño de una

Guía de procedimientos, con la finalidad de mejorar la atención al usuario.

❖ **Entrevista a las secretarías de la Policía Judicial de la Zona 8:**

Es una conversación que tiene como objeto de extraer información sobre el sentir de las secretarías ejecutivas y sus opiniones relacionadas con su desempeño profesional.

3.5 RECURSOS, FUENTES, CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS.

Tabla 7

3.5.1 Presupuesto de los recursos utilizados

Recursos	Detalle	cantidad	Costo
Materiales	Esferos	2	0,50
	Resaltador	2	3,00
	Resma de Papel A4	2	10,00
	Copias	-	30,00
	Impresión	-	40,00
	Anillado y empastados	2	40,00
	Flash memory	1	16,00
	Cd	3	6,00
	Horas Internet	10	10,00
Económicos	Transporte	-	5,00
	Alimentación	-	20,00
	Imprevistos	-	25,00
Total:			225,50

3.5.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 8

ACTIVIDADES REALIZADAS	MESES																											
	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2		
Revisión de material bibliográfico en internet		XX																										
Revisión de textos y documentos sobre el tema			XX																									
Reestructuración de contenido del proyecto				XX																								
Elaboración del primer capítulo: Tema, problema					XX																							
Elaboración de la justificación y sistematización						XX																						
Objetivos: General y Específicos							XX																					
Revisión de los objetivos: General y Específicos								XX																				
Límite de la investigación									XX																			
Identificación de las variables									XX																			
Elaboración segundo capítulo: Fundamentación Teórica										XX																		
Antecedentes referentes											XX																	
Marco Teórico Referencial												XX																
Marco legal - Marco Conceptual													XX															
Elaboración tercer capítulo: Metodología - Investigación														XX														
Métodos de investigación															XX													
Población y Muestra / Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos																XX												
Recursos, fuentes, cronogramas y presupuesto																		XX										
Tratamiento de la información																			XX									
Presentación de resultados																				XX								
Elaboración cuarto capítulo: La propuesta																			XX	XX								
Desarrollo de la propuesta																				XX	XX	XX						
Conclusión y recomendación																					XX							
Presentación final y aprobación																						XX	XX	XX				
Documentos																											XX	
Documentos																												XX

3.6 TRATAMIENTO A LA INFORMACIÓN - PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

INSTRUMENTO DE OBSERVACIÓN REALIZADA EN LA POLICÍA JUDICIAL DE LA ZONA 8

Tabla 9

FICHA DE OBSERVACIÓN			
ELABORADA POR:	Marjorie Medina Barrera		
FECHA:	28 de mayo del 2015		
LUGAR:	Policía Judicial de la Zona 8		
ITEMS	SI	NO	A VECES
ATENCIÓN			X
AMABILIDAD			X
PUNTUALIDAD	X		
AGILIDAD			X
CORTESÍA			X
EMPATÍA			X
PACIENCIA		X	
COOPERACIÓN			X
LIMPIEZA Y ORDEN	X		
BUENA EDUCACION			X
VESTIMENTA	X		

INSTRUMENTO DE ENTREVISTA REALIZADA A JEFE DE LA POLICÍA JUDICIAL DE LA ZONA 8

¿Qué opina acerca de la atención al usuario por parte de las secretarías ejecutivas de la institución?

El Jefe de la Policía Judicial de la Zona 8 manifiesta que la atención que brindan las secretarías ejecutivas es un poco deficiente, ya que en algunas ocasiones no tienen empatía con las personas que acuden a solicitar algún tipo de información.

¿Qué habilidades comunicativas debería tener la secretaria ejecutiva para mejorar la atención al usuario?

Considera que unas de las habilidades más importantes que debe poseer la secretaria ejecutiva es el dominio del lenguaje y aprender a escuchar al usuario, ya que cada una de las personas presenta distintos problemas y por ende requieren soluciones apropiadas.

¿Cómo califica usted el trato recibido por parte de las secretarías ejecutivas, elija una de las siguientes opciones: malo, bueno o excelente?

Califica como un nivel bueno la atención por parte de la secretaria ejecutiva, y manifiesta que como seres humanos que somos, nuestra conducta es compleja, por ende podemos ser susceptibles ante cualquier cambio, así como también mejorar nuestras habilidades.

¿Qué sugerencia usted podría manifestar para el mejoramiento de la atención al usuario?

Piensa que la auto capacitación es la mejor herramienta para fomentar y fortalecer las habilidades o destrezas que posee los seres humanos, ya que la preparación personal y profesional nunca termina, se debe perfeccionar continuamente.

¿Cree usted que es elemental que la institución cuente con una Guía de procedimiento para la atención al usuario por parte de la secretaria ejecutiva?

Indica el Jefe de la Policía Judicial de la Zona 8, que una guía de procedimiento es muy importante, porque serviría de apoyo didáctico para secretarías ejecutivas de la institución, porque se estaría contribuyendo al mejoramiento de los servicios que ofrece al usuario tanto interno como externo.

INSTRUMENTO DE ENTREVISTA REALIZADA A LAS SECRETARIAS EJECUTIVAS DE LA POLICÍA JUDICIAL DE LA ZONA 8

¿Cuenta Usted en su trabajo con algún manual o guía de procedimiento o indicaciones donde se describan funciones, normas a cumplir de acuerdo al cargo de manera actualizada, precisa y concreta?

Las señoritas secretaria ejecutivas dieron a conocer sobre sus funciones de manera empírica, y además demostraron interés sí en algún momento se implemente un documento que regule las funciones del departamento.

¿Considera usted de gran ayuda poseer un manual que describa las funciones, marco legal, metodología del trabajo y comportamiento ético de la secretaria en su centro de trabajo? ¿Por qué?

Las secretarías ejecutivas consideran que es necesario la implementación de un manual de procedimientos que regule los diferentes aspectos de su trabajo, de esta forma se presentarán resultados eficientes y eficaces logrando con el objetivo y metas de la institución.

¿A su juicio, usted en su secretaría dispone de la tecnología necesaria y suficiente para el desarrollo de su actividad profesional de forma eficiente y eficaz en la institución? ¿Qué importancia le concede?

Consideran que la tecnología es un recurso valioso para desarrollar eficientemente el trabajo, además es importante mantener las últimas innovaciones tecnologías, puesto que nos sirven con un gran aporte al conocimiento de la cultura general.

Mencione algunos aspectos que deben contemplarse en una guía de procedimiento relativo al trabajo de la secretaria en lo que corresponde a la atención al usuario.

- Desarrollo de destrezas para comunicar con el usuario
- Cualidades personales de la secretaria moderna
- Formación de la secretaria ejecutiva
- Procedimientos para mejorar el servicio

INSTRUMENTO DE ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS DE LA POLICÍA JUDICIAL DE LA ZONA 8

1.- *¿Cómo califica el servicio recibido por parte de la secretaria ejecutiva?*

Tabla 10

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	12	60%
Bueno	6	30%
Excelente	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Ilustración 1



Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Análisis: Los resultados cuantitativos denotan que el personal encuestado considera que el servicio recibido por las secretarías de la PJ es el 60% malo, por lo que no cumple las expectativas de los usuarios.

2.- ¿Los espacios de atención al usuario están aseados, ventilados y el nivel del ruido es adecuado?

Tabla 11

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	10	50%
Bueno	6	30%
Excelente	4	20%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Ilustración 2



Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Análisis: Los usuarios mediante las encuestas indican que los espacios físicos de la Institución se encuentran el 30% bueno y el 20% excelente, esto en vista de que las instalaciones de la Policía Judicial de la Zona 8 fueron remodeladas en el Año 2014 por parte del Ministerio del Interior y cuentan con un servicio de limpieza que asegura el buen mantenimiento de las oficinas.

3.- ¿La atención que se le prestó es oportuna y a tiempo?

Tabla 12

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	16	80%
Bueno	3	15%
Excelente	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Ilustración 3



Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Análisis: La atención prestada a los diferentes tipos de usuarios externos e internos, es considerada de mala calidad equivalente al 80%, es decir no cumple con los requisitos de eficiencia y eficacia por parte del personal que labora en la institución.

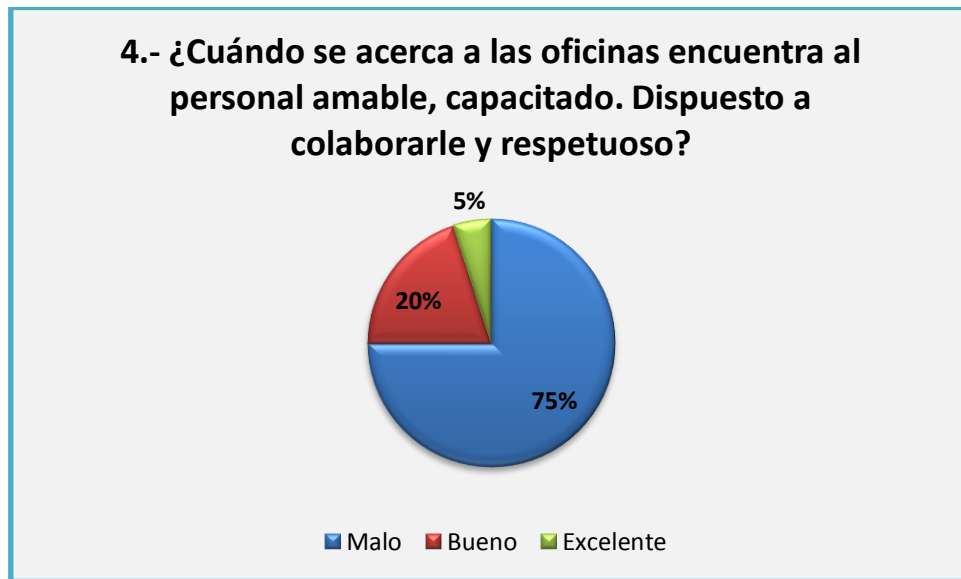
4.- ¿Cuándo se acerca a las oficinas encuentra al personal amable, capacitado. Dispuesto a colaborar y respetuoso?

Tabla 13

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	15	75%
Bueno	4	20%
Excelente	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Ilustración 4



Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Análisis: Asistiendo el tema de amabilidad y capacitación por parte del personal que realiza el trato al usuario se debe definir que el 75% de los clientes consideran que el personal que labora no posee la capacitación adecuado respecto de un buen servicio al cliente.

5.- ¿Los horarios de atención al público son puntuales, adecuados y respetados?

Tabla 14

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	14	70%
Bueno	4	20%
Excelente	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Ilustración 5



Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Análisis: Considerando el cumplimiento de los horarios de atención los usuarios definen que los diferentes servicios se cumplen en un término medio ya que se cumplen en el 10% de buena calidad, lo que indica que los horarios son cumplidos en algunas ocasiones y no en un 70%.

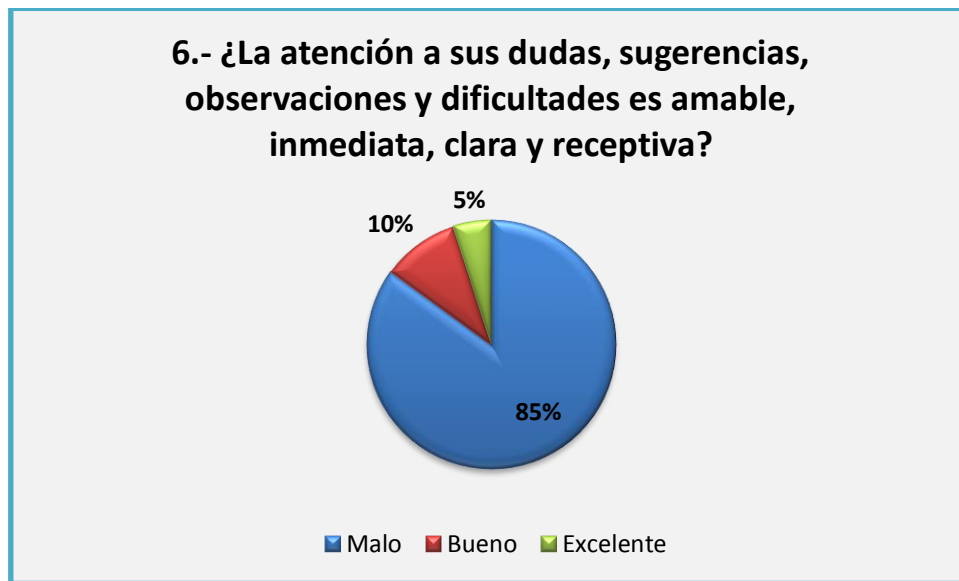
6.- ¿La atención a sus dudas, sugerencias, observaciones y dificultades es amable, inmediata, clara y receptiva?

Tabla 15

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	17	85%
Bueno	2	10%
Excelente	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Ilustración 6



Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Análisis: Los agentes encargados de la atención al Usuario en la Policía Judicial no han cubierto las perspectivas de los usuarios en vista de que el 85% del mismo indica que el servicio de atención a sus dudas, sugerencias, observaciones y dificultades es malo.

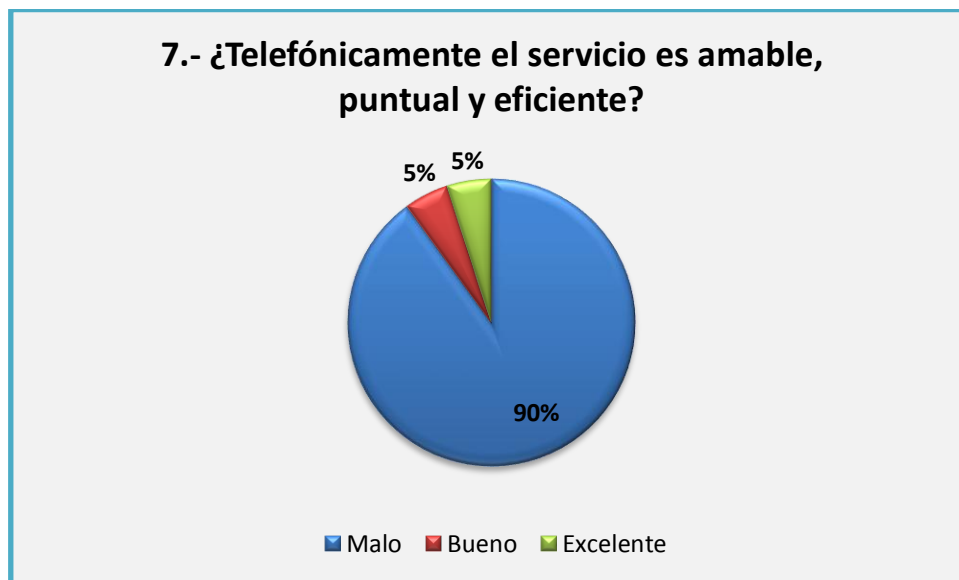
7.- ¿Telefónicamente el servicio es amable, puntual y eficiente?

Tabla 16

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	18	90%
Bueno	1	5%
Excelente	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Ilustración 7



Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Análisis: Teniendo en consideración que el servicio al cliente puede ser telefónicamente se procedió a medir la calidad del servicio a través de llamadas telefónicas, este tipo de servicio fue medido con las alternativas malo, bueno y excelente, sin embargo el 90% de los usuarios definen que este servicio es malo.

8.- ¿Ha llenado las expectativas por las cuales usted escogió el servicio?

Tabla 17

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	17	85%
Bueno	2	10%
Excelente	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Ilustración 8



Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Análisis: La mayoría de los usuarios no se encuentran satisfechos por el servicio ofrecido por parte de las secretarías ejecutivas, en vista de que para ellos a las funcionarias le falta capacitación y vocación al servicio, por la poca información que se que tienen y se determina que el 85% es un mal servicio.

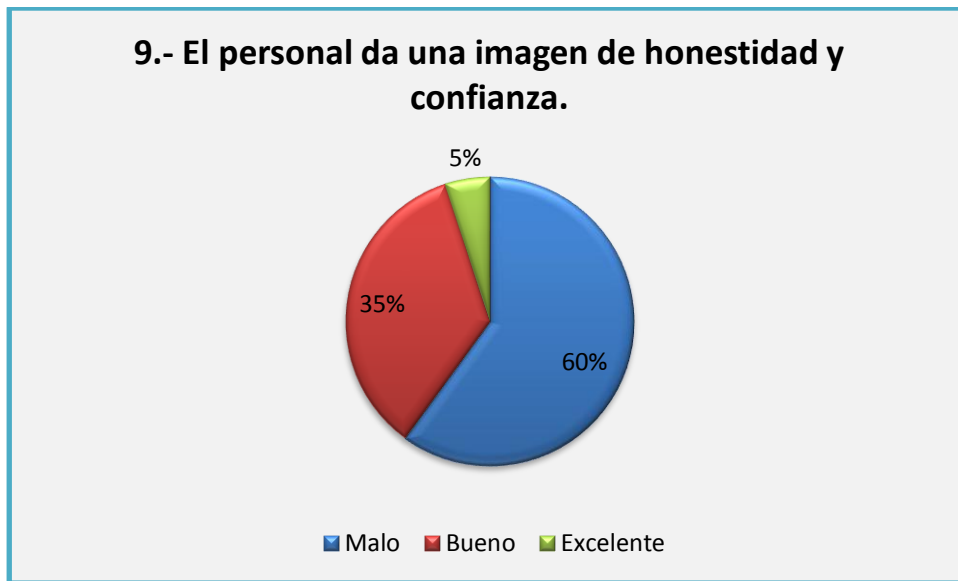
9.- El personal da una imagen de honestidad y confianza.

Tabla 18

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	12	60%
Bueno	7	35%
Excelente	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Ilustración 9



Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Análisis: El 60 % de los usuarios consideran que la Institución posee un nivel malo y en cuanto a honestidad y confianza, por parte del personal que labora en la entidad, falta de credibilidad.

10.- Se informa de una manera clara y comprensible a los usuarios.

Tabla 19

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Malo	14	70%
Bueno	5	25%
Excelente	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Ilustración 10



Fuente: Encuesta a usuario de la Policía Judicial de la Zona 8
Elaborado por: Marjorie Medina Barrera

Análisis: En este último ítem se considera la calidad de la información proporcionada a los usuarios, y se puede determinar que el 70% de los usuarios consideran que la información proporcionada no es clara y precisa, esto puede deberse a la falta de capacitación de los agentes que proporciona la atención al cliente.

3.6. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En el momento de realizar las indagaciones con la ayuda de encuestas, entrevistas y observaciones directas en las instalaciones de la Policía Judicial de la Zona 8, se pudo evidenciar que los procesos que realizan para el cumplimiento de las actividades los ejecutan por la experiencia que ya poseen el personal, ya que laboran en la institución por varios años.

El personal policial indica que es de gran ayuda que la institución cuente con un documento escrito en el cual se vean reflejado los procedimientos en cuanto a la eficaz atención al usuario.

La elaboración de esta Guía de Procedimientos que forma parte importante de esta investigación será un documento de valioso refuerzo para la institución, con la finalidad de poder desempeñar funciones de la secretaria con calidad y eficacia, consiguiendo un desempeño profesional de nivel superior y vocación al servicio.

CAPITULO IV

LA PROPUESTA

4.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA

"DISEÑO DE UNA GUÍA DE PROCEDEIMIENTOS PARA UNA EFICIENTE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA POLICÍA JUDICIAL DE LA ZONA 8"

4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Teniendo en consideración que la Policía Judicial de la Zona 8 es una consecuencia directa de nuestra organización política y jurídica del país, encargada del tratamiento y prevención de los delitos que brinda el servicio de seguridad e investigación a la ciudadanía el desarrollo del Proyecto se basa en los resultados obtenidos de la recolección de datos, donde se determina a nivel general que el 53% de los usuarios externos e internos califican los diferentes servicios brindado por las secretarías de mala calidad.

La función de la Policía Judicial consiste en investigar los delitos de acción pública, impedir las consecuencias ulteriores de los cometidos, individualizar a los culpables y reunir las pruebas necesarias para la actuación de la Justicia, es por esta razón que se relaciona de forma directa y continua con la sociedad que busca una respuesta clara a sus inquietudes respecto de casos legales o de investigación.

4.3 OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

- Mejorar la calidad, eficiencia y eficacia en la atención al cliente brindada por las Secretarías de la Policía Judicial Zona 8.

4.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA PROPUESTA

- Elaborar una guía de procedimientos para una eficaz atención al usuario de la Policía Judicial de la Zona 8.

4.5 LISTADO DE CONTENIDOS Y FLUJO DE LA PROPUESTA

- ❖ Desarrollo de las habilidades comunicativas
- ❖ Cualidades de la secretaria
- ❖ Capacitar a las secretarías para la atención al cliente
- ❖ Comunicación no verbal
- ❖ Frases que se deben evitar en la comunicación verbal con el usuario.
- ❖ Generación de imagen corporativa
- ❖ Desarrollo de Relaciones Humanas
- ❖ Manejo de Usuarios con Necesidades Especiales
- ❖ Tiempo de Respuesta y Agilidad
- ❖ Cómo comportarse con un usuario “difícil”

4.6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

A continuación se detalla la Guía de Procedimientos para una eficiente atención a los usuarios en la Policía Judicial de la Zona 8, con la finalidad de que las secretarías ejecutivas puedan mejorar sus habilidades comunicativas y logre satisfacer los requerimientos de los usuarios internos y externos de la institución.

**GUÍA DE
PROCEDIMIENTOS PARA
UNA EFICIENTE ATENCIÓN
AL USUARIO EN LA
POLICÍA JUDICIAL DE LA
ZONA 8.**



**Autora:
Marjorie Medina
Barrera**

Se considera “Manual de Procedimientos” como el instrumento o indicaciones que establece los mecanismos esenciales para el desempeño eficaz de los secretarías ejecutivas que laboran en la Policía Judicial de la Zona 8. Para el planeamiento de la Guía de Procedimientos para una eficaz atención al usuario, es importante tener en cuenta las habilidades comunicativas de las secretarías, a continuación se detalla cómo lograr el desarrollo de las mismas :



4.6.1 DESARROLLO DE HABILIDADES COMUNICATIVAS

❖ *Entrenar al personal*

Desarrollar un programa de habilidades de comunicación que sea útil para que las secretarías se comuniquen de manera efectiva con los clientes o usuarios en circunstancias clave como la gestión de reclamaciones, la coordinación entre departamentos, la atención a clientes en la recepción y la ayuda en la documentación. La capacitación debe llevarse a cabo una vez al mes para que las secretarías tengan la oportunidad de mejorar sus habilidades de comunicación.

❖ *Escuchar al usuario*

La comunicación de éxito es un proceso bidireccional que requiere la gestión correcta para escuchar periódicamente las opiniones e ideas de los usuarios.

Si la secretaria es la única que habla, los usuarios tienden a adormecer. Hay que escuchar a los usuarios puesto que son los que se desean despejar dudas, conocer o adquirir un servicio.

La mejor manera de escuchar a sus usuarios es llevar a cabo sesiones de feedback.

❖ **Capacitar a las secretarías para la atención al cliente**

Las secretarias deben saber cómo comunicarse con los usuarios. Puede suceder que se reciba una queja de los usuarios de forma verbal o por escrito a través de las opiniones. La persona encargada de resolver estos asuntos debe estar bien formada para manejar el asunto con prudencia y de manera sutil en lugar de ignorarlo o descartarlo. Se debe priorizar las necesidades de los usuarios de formar que se pueda responder eficazmente los requerimientos del mismo.



❖ **Preguntar**

Esta habilidad de comunicación es muy importante porque es la manera más directa y sencilla para recoger la información de quien tenemos en frente, además, es una forma de mostrar interés y empatía por nuestro interlocutor.

Para desarrollar esta habilidad se debe cuidar de la forma en que preguntamos y de la expresión de la pregunta. Esta técnica consta de tres tipos de preguntas:

- **Abierta:** preguntas fáciles que ponen a hablar. Dan confianza y se obtiene información. Ejemplos: ¿Qué se le ofrece? o ¿En qué le puedo ayudar? ¿Está contento cómo lo atendieron?
- **Pregunta con Pregunta:** evita discusiones, aclara conceptos y mantiene control. Debe usarse con cuidado, a muchas personas no les gusta que les devuelvan preguntas con otra pregunta. Ejemplo: ¿Cuándo puedo venir a recoger el trámite? R/ ¿Para cuándo lo necesita?
- **Directa o Cerrada:** lo acerca a áreas de mutuo acuerdo, le ayuda a convencer al usuario de sus objetivos. Generalmente la respuesta es sí o no. Ejemplos: ¿Me envía el trámite? ¿Lo llamo a las 8 a.m.? ¿Firmamos el contrato?



❖ **Toma notas**

Tomar notas es importantísimo mientras habla el usuario. Demuestra que realmente se le está prestando la debida a lo que dice. Se sentirá más seguro y tomará la explicación con más seriedad.

❖ **Comunicación no verbal**

La comunicación no verbal es conocida como lenguaje corporal, a continuación se mencionan los principales elementos:

- **Naturalidad:** actúe con naturalidad, sin poses extrañas o que hagan sentir mal al usuario.
- **Contacto visual:** mire al rostro. Vea a los ojos. Esto revela decisión, sinceridad y valentía.
- **Forma de sentarse:** no cruce las piernas, mantenga ambos pies sobre el piso, las manos sobre las rodillas o escritorio e inclínese ligeramente hacia delante. Esto sugiere seguridad en sí mismo. Mantener las piernas cruzadas y balancear una de ellas sugiere nerviosismo o impaciencia, timidez, temor. Evite los movimientos constantes y abruptos: éstos denotan intranquilidad e inquietud.



- **La voz:** la voz dice mucho de la personalidad, utilice un tono moderado y uniforme, sin titubear. Esto demuestra seguridad en sí mismo. Una voz vacilante es sinónimo de inseguridad y timidez. Generalmente revela que la persona no domina el tema sobre el cual está hablando. Un tono moderado y uniforme, audible en todo momento, revela seguridad y dominio de lo expresado. Con ello se logra más impacto y firmeza. Un tono bajo sugiere timidez, poca

capacidad de decisión, inseguridad. Un tono alto demuestra agresividad, poca educación y rudeza.

- **Las manos:** contrólelas en todo momento. Mantenga sus manos visibles, ocultarlas debajo de las piernas, detrás de un bolso, entre la bolsa o dentro del saco, sugiere timidez, falsedad y temor.
- **Aprenda a escuchar:** una parte importante de la comunicación no verbal es la forma en que escucha. Para escuchar es importante hacer lo siguiente:
 - a) No interrumpa y no se distraiga.
 - b) Oiga con cuidado las principales ideas.
 - c) Observe a la otra persona cuando le habla.
 - d) Inclínese hacia la persona que le habla.
 - e) Demuestre que está profundamente interesado (a).
 - f) Haga preguntas.
 - g) Concrétese al tema que le plantea.



❖ **Los resultados de buenas habilidades comunicativas son:**

- a) Mejora en el servicio al cliente
- b) Mejor comprensión de las necesidades de los usuarios
- c) Capacidad de resolver situaciones engorrosas de forma cordial
- d) Mayor confianza para aproximarse a los usuarios
- e) Actitud positiva hacia el lugar de trabajo y una mejor comprensión entre los agentes de la Institución.

❖ **Frases que se deben evitar en la comunicación verbal con el usuario.**

Se debe tener cuidado con frases negativas para no perder la confianza del usuario, tales como:

- ¿Entiende? –Connota que el usuario es poco inteligente-.
- ¿Pero es que no ha leído el documento, señor?
- ¿Y qué esperaba?
- A mí no me pregunte por qué. Eso es lo que dice el reglamento.



- El está ocupado resolviendo un asunto importante. Recuerde, nada es más importante que el usuario.
- Es que yo no me encargo de eso. Lo siento.
- Eso era antes. Ahora lo hacemos diferente.
- Eso nada tiene que ver conmigo. Es en otro lado.
- Espere un momento. Tengo una llamada. El usuario presencial, es primero que el teléfono.



- Estoy muy ocupado en este momento.
- Explíquese bien, porque no lo entiendo.
- Mire señor, mejor vuelva cuando tenga todo listo.

- No sea impaciente, por favor.
- No tengo idea, mejor pregúntele a otro compañero.
- Perdone, pero si no me explica cómo se debe, yo no puedo atenderlo.

Evite la excesiva confianza con los usuarios. Manejar siempre un trato profesional. Nunca use frases como:

- ¡Sí corazón, yo le dejo el mensaje!
- ¡Diga, cómo estás! o ¡Maje cómo estás!, aunque sea un conocido en el trabajo se debe de actuar de manera profesional.

- ¡No, mi amor, eso era antes!
- ¡Bueno, mi reina, con mucho gusto!
- ¿Cómo vas? No se tutea al usuario.

4.6.2 CUALIDADES DE LA SECRETARIA

Toda secretaria eficiente debe poseer cualidades personales, que conjuntamente con las destrezas y conocimientos le permitirán desarrollar su trabajo de la manera más óptima y además le ayudarán a trabajar con otras personas como miembros de un equipo. Dentro de las cualidades personales más importantes que una secretaria debe poseer son las siguientes:

- ❖ **Discreción:** Es vital para toda secretaria, puesto que ocupa un cargo de confianza y tiene acceso a material considerado reservado, deberá tener los documentos alejados de miradas indiscretas, además de mantener la prudencia respecto a la información que conoce.
- ❖ **Adaptabilidad:** Se requiere que toda secretaria tenga la capacidad para poder adaptarse a los cambios de ambiente, de funciones y de normas dentro de su trabajo. Esto significa que debe tener disposición favorable ante cambios bruscos en su rutina de trabajo.
- ❖ **Iniciativa y capacidad de trabajo.-** se entiende por iniciativa a la capacidad que tiene toda persona para emprender una acción, sin la



necesidad de que otras se lo indiquen. Una secretaria con iniciativa debe anticiparse a las necesidades de su jefe con precaución y criterio.

- ❖ **Puntualidad:** Es una manifestación de seriedad y formalidad. Toda secretaria debe ser puntal en el cumplimiento de su horario de trabajo como en el desarrollo de las labores encomendadas.
- ❖ **Responsabilidad:** Implica que la secretaria debe ser capaz de realizar su trabajo de manera óptima sin necesidad de supervisión.
- ❖ **Limpieza y orden:** Una secretaria siempre debe ser ordenada, tener su oficina, archivos, armarios y estanterías en orden y limpios.
- ❖ **Paciencia:** La secretaria debe mantener la tranquilidad en todo momento, incluso cuando las cosas no marchen como lo espera.
- ❖ **Cooperación:** El trabajo administrativo constantemente requiere de trabajo en equipo, por lo tanto la secretaria debe ser capaz de trabajar y de cooperar con los demás compañeros de trabajo.



- ❖ **Buen criterio:** Poseer un buen juicio significa tener la habilidad de recopilar información sobre un tema, estudiarlo cuidadosamente y

decidir la acción que sea más apropiada, en beneficio a los intereses de la empresa.

- ❖ **Buena voluntad:** Toda organización requiere en algunas oportunidades de un esfuerzo adicional de sus colaboradores, para ello la secretaria debe tener la voluntad de ofrecer sus servicios cuando se lo requieran y calidad.



- ❖ **Dedicación:** Durante el tiempo que la secretaria permanezca en la oficina debe mostrar dedicación en su trabajo, sin emplear su tiempo en actividades que no se relacionen con sus quehaceres habituales.
- ❖ **Pulcritud:** Todo trabajo encomendado a la secretaria debe realizarse con esmero y su presentación debe ser impecable.
- ❖ **Previsión:** Significa saber anticiparse a las necesidades que pudieran suscitarse en la organización.
- ❖ **Sinceridad:** La relación jefe – secretaria tiene que sustentarse en la confianza. Por lo tanto la secretaria debe transmitir información correcta y verdadera a su jefe cuando este la solicite.

- ❖ **Buena educación.-** Es indispensable demostrarla en el trato con el jefe, compañeros de trabajo, personal de la empresa, clientes y visitas.

4.6.3 GENERACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA



Cada vez es mayor el número de secretarias que requiere el ámbito empresarial, puesto que una secretaria es de vital importancia en todos los sectores de desarrollo. Pero así como existen grandes ofertas de trabajo para las secretarias, también se espera de ellas un alto nivel competitivo, lo cual se logra con la formación profesional de estas. Aparte de los estudios que haya cursado, una secretaria debe tener una sólida preparación, extensa cultura general, uso correcto del lenguaje escrito y oral con una expresión fluida y clara y además de una muy buena educación, que le facilitará su desenvolvimiento en cualquier nivel en el ámbito empresarial. La secretaria debe conocer sobre ciertas materias que le permitirán desempeñar sus funciones con la debida eficacia profesional.

Toda institución debe darse a conocer en la sociedad y para eso requiere una identidad que la ayude a diferenciarse de las demás. En el caso de nuestro objeto de estudio se desea generar una Imagen Corporativa desde la atención al usuario es por eso que se toman en cuenta los siguientes factores:

❖ *Primera impresión*

La primera impresión es un proceso de percepción de una persona a otra, que transcurre en muy poco tiempo. Nunca se tiene una segunda oportunidad de dar una primera impresión. Habitualmente no somos del todo conscientes de las informaciones que la configuran. Los componentes de la primera impresión son:



- ¿Qué apariencia tengo? (lo que ven los usuarios), la apariencia tiene que ver con los rasgos físicos, apariencia personal, expresiones, tacto y movimientos del cuerpo.
- ¿Cómo hablo? La voz, en cualquier contacto, se convierte en la fuente de información, con la que se tratarán de cubrir las lagunas que aportaría lo visual
- ¿Qué digo? Las palabras. ¿Cómo enfoco los asuntos? ¿Qué pienso y cómo lo expongo?
- ¿Cómo escucho? Prestar la atención necesaria al usuario
- Mi entorno y organización personal, comprende la organización, limpieza y orden que se demuestre en el área.

❖ *Forma de Vestir*

La ropa influye en el estado de ánimo. Vestir bien, no significa un estilo sofisticado, sino más bien, tener la intuición para elegir la ropa que mejor le quede según la ocasión y acorde a la seriedad de la Institución que se representa.

A criterio general la identidad no es un slogan ni una colección de frases: debe ser visible, tangible y omnipresente en la Institución. Todo lo que hace una empresa debe ser una afirmación de su identidad

Como es de conocimiento, la habilidad para una comunicación efectiva es un arte que se aprende y no una habilidad natural, por lo que se debe trabajar y desarrollar continuamente.

4.6.4 DESARROLLO DE RELACIONES HUMANAS

Las relaciones humanas comprenden el conjunto de reglas y normas para el correcto desenvolvimiento del ser humano, en la sociedad, o en su trabajo. Es el estudio del comportamiento de los individuos para trabajar eficazmente entre grupos, con el propósito de satisfacer los objetivos de la organización y las necesidades personales de los usuarios.



Establecer capacitaciones que traten los factores positivos de las Relaciones Humanas en la Atención al Cliente como:

- **Apertura:** Crear conciencia de las diferencias entre los puntos de vista de los demás, debido a su edad, sexo, educación, cultura, valores, entre otros. Mantener la propia opinión frente a las divergentes, sin herir la sensibilidad de la otra persona.
- **Sensibilidad:** es la capacidad de entender el contenido lógico y emotivo de las ideas y opiniones de los usuarios.
- **Sociabilidad:** comprender y aceptar la naturaleza y estructura de la sociedad a la que pertenecemos y aprender a convivir respetando a los demás.
- **Adaptación:** prever, aceptar y respaldar las medidas que se deben tomar ante la actuación de los diferentes tipos de usuarios.
- **Objetividad:** comprender que establecer buenas relaciones humanas no necesariamente implica hacer feliz a todos.

4.6.5 MANEJO DE USUARIOS CON NECESIDADES ESPECIALES



Es necesario priorizar el servicio especializado a las personas con necesidades especiales.

Dentro de las personas que merecen prioridad en el servicio prestado podemos destacar:

- Personas con alguna discapacidad (en sillas de ruedas, no videntes, sordomudos, entre otros).
- Adultos Mayores
- Señoras en evidente estado de embarazo.

- Padres de familia con hijos pequeños (bebés en brazos).

Ser cortés y colaborar al máximo con estos usuarios. Si es posible, acompáñelos durante su visita.

4.6.6 TIEMPO DE RESPUESTA Y AGILIDAD

Los usuarios valoran, cada vez más, la velocidad con la que se les entregan o brindan los productos o servicios, para lo cual debe tener en cuenta las siguientes observaciones:

- La primera sensación de agilidad proviene de la secretaria que atiende al usuario, cómo se mueve, cómo habla, se sienta, camina o ejecuta su trabajo.
- La secretaria debe procurar verse dinámica, activa, energética. La



secretaría debe estar sentada correctamente con los hombros erguidos. Si debe ponerse de pie, procure tener energía para moverse dinámicamente.

- Si se trabaja en atención a usuarios que están en fila, haga contacto visual con las personas

que esperan en la fila, especialmente con los primeros, sonría y diga: “en un momento lo estaré atendiendo”. Esto hace que el usuario se sienta importante (“ya me vieron”) y, a partir de entonces, el tiempo que debe pasar en fila le parecerá más corto.

4.6.7 MANEJO DE INCONFORMIDADES

Las inconformidades son comunes en la evaluación de la calidad del servicio, por lo tanto, es necesario facilitarlas y tener algún sistema para sistematizarlas, ya que en realidad son una oportunidad de mejorar.

Es necesario ponerse en el papel de los usuarios y comprender cuando un usuario presenta una inconformidad, lo que desea es una satisfacción, de manera que hay que tratar de dársela.

❖ *¿Cómo comportarse con un usuario “difícil”?*

De acuerdo a los diferentes tipos de usuarios puede presentarse una situación difícil y se tendrá que atender y dar satisfacción a un usuario que esté disgustado o que, por alguna condición personal, podría considerarse “difícil”. Ante alguna situación así se puede tomar las siguientes medidas:



- La secretaria debe mantener la calma, dejar que el usuario se desahogue, pero póngale atención y muéstrole interés.
- El usuario podría haber llegado ya disgustado por razones externas. Demuestre su profesionalismo, manténgase calmado y tranquilo ante esta situación.

- Mire al usuario a los ojos. Lo peor que se puede hacer es evitar su mirada, pues el usuario piensa que no se le está prestando la debida atención y su puede ser doble.
- Se debe escuchar al usuario. No lo interrumpa. Al dejarlo hablar, generalmente el usuario se calma.
- Trate de comprender bien cuál es el problema del usuario. Concéntrese en entender la causa que provocó el disgusto.
- Evite responsabilizar al desconocimiento, algún compañero o proceso, aunque no sea totalmente culpa de la institución el malestar que el usuario exhibe. Es más conveniente intentar calmarlo, sin provocar que se sienta “culpable”.
- Utilizar frases como “lo comprendo”, “claro que sí”, “disculpe”. Esas frases calman a la persona, pues demuestran que está consciente del malestar que está manifestando y de su causa.
- Procurar que el usuario salga satisfecho. Recuerde que lo que se prefiere es no perder a un usuario. Ese usuario disgustado, si se lo trata bien, volverá a la Institución con la confianza que podrán brindarle un buen servicio.
- No intentar ganar una discusión, se debe intentar ganar un usuario. Recuerde que una “discusión” ganada a un usuario es, de todos modos, una “discusión perdida”. Si se quiere “ganar” la discusión, no se meta en ella.



- Si se debe designar el caso a otro compañero o jefe, explique todo en detalle, porque es aún más molesto para el usuario, tener que explicar dos veces una situación tensa.

4.6.8 IMPACTO, PRODUCTO, BENEFICIO OBTENIDO



Considerando que el servicio al cliente es un concepto universal adoptado en todo tipo de organización sea esta gubernamental o privada, el Impacto o beneficio que se genera el uso de la Guía de Indicaciones para una eficaz atención al usuario dentro de la Policía Judicial de la Zona 8 es la retribución por parte de los usuarios de una Mejor reputación de la Institución dentro del Sector Público teniendo en cuenta que este se encuentra devaluado en la sociedad. De la misma forma se logra una Mejor satisfacción del usuario que ocurre cuando se cubren todas las necesidades del mismo.

Proveer un servicio al cliente de buena calidad en la Policía Judicial de la Zona 8 significa que la Institución está cumpliendo y excediendo las expectativas de los usuarios independientes de su clase social. Una de las mejores formas de monitorearla eficiente Atención al cliente es preguntando constantemente a través de encuestas de satisfacción.

4.7 VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Yo, ANDRÉS QUIJIJE GUAMÁN, con cédula de ciudadanía 0927468892, en respuesta a la solicitud realizada a cargo de la egresada MARJORIE MARGARITA MEDINA BARRERA de la Carrera de Administración Secretarial anexa a la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, para validar su proyecto de titulación “DESARROLLO DE LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LA SECRETARIA EJECUTIVA PARA UNA EFICIENTE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA POLICÍA JUDICIAL ZONA 8.”

Informo que después de haber leído puedo manifestar que el documento es apropiado para la institución en mención y tiene la aplicabilidad para este proyecto.

Sr. Andrés Quijije Guamán

4.7.1 VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Yo, JOHN ESTEBAN CEVALLOS CHACÓN , con cédula de ciudadanía 0927212673, en respuesta a la solicitud realizada a cargo de la egresada MARJORIE MARGARITA MEDINA BARRERA de la Carrera de Administración Secretarial anexa a la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, para validar su proyecto de titulación “DESARROLLO DE LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LA SECRETARIA EJECUTIVA PARA UNA EFICIENTE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA POLICÍA JUDICIAL ZONA 8.”

Informo que después de haber leído puedo manifestar que el documento es apropiado para la institución en mención y tiene la aplicabilidad para este proyecto.

Ing. John Cevallos Chacón

4.7.2 VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Yo, JENNY MAGARITA GONZABAY ESPINOZA, con cédula de ciudadanía 0920097888, en respuesta a la solicitud realizada a cargo de la egresada MARJORIE MARGARITA MEDINA BARRERA de la Carrera de Administración Secretarial anexa a la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, para validar su proyecto de titulación “DESARROLLO DE LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LA SECRETARIA EJECUTIVA PARA UNA EFICIENTE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA POLICÍA JUDICIAL ZONA 8.”

Informo que después de haber leído puedo manifestar que el documento es apropiado para la institución en mención y tiene la aplicabilidad para este proyecto.

Ing. Jenny Gonzabay Espinoza

CONCLUSIONES

- ❖ Con la utilización de los instrumentos de observación, entrevista y encuestas, se determinó una mala atención a los usuarios por parte de las secretarías ejecutivas que laboran en laboran en la Policía Judicial de la Zona 8
- ❖ Además, con el análisis efectuado en la entrevista al señor Jefe de la Policía Judicial de la Zona 8, se estableció que la atención que ofrece al usuario las secretarías ejecutivas es deficiente por la falta de capacitación.
- ❖ Por otra parte, los resultados obtenidos en las encuestas efectuadas a los usuarios que acuden a las instalaciones de la Policía Judicial de la Zona 8, se percibió la inconformidad en cuanto al trato, atención, agilidad en los trámites, lo que ocasiona molestias a las personas.

RECOMENDACIONES

- ❖ Comprometer y aplicar el correcto uso de la Guía de Procedimientos para una eficaz atención al usuario a todo el personal administrativo y operativo que labora dentro de la Policía Judicial de la Zona 8, ya que no solo podemos mejorar la atención en los usuarios externos, sino que podemos aplicar también la guía para la atención de los diferentes requerimiento de los usuarios internos.

- ❖ Se sugiere destinar un presupuesto para lo que es el área de capacitación, dentro de las ramas de Relaciones Humanas con la finalidad que se exista una mejor relación entre los funcionarios que laboran en la institución y a su vez cumplir con la satisfacción al usuario.

- ❖ Ubicar en lugares estratégicos información, boletines, folletos o revistas referentes a los trámites que ofrece la Policía Judicial de la Zona 8, con el propósito de que los usuarios no desaprovechen el tiempo para realizar sus diligencias.

BIBLIOGRAFIA

ADELA CASTILLO GARCIA, N. F. (MAYO de 2012). LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE DEL RESTAURANTE TERRAZA 282, UBICADO EN LA DELEGACION CUAUHTEMOC, D.F. DISTRITO FEDERAL, MEXICO.

Alfaro, S. (09 de Abril de 2012). Habilidades Comunicativas. Recuperado el 2015, de <http://ejerciciohabilidadescomunicativas.blogspot.com/2012/04/concepto-de-las-habilidades.html>

Almiron, D. A. (s.f.). *Policía judicial: criterios para una actuación eficiente y eficaz - Monografias.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos5/polju/polju.shtml>

CONDORI, R. M. (27 de Julio de 2012). *LA SECRETARIA EJECUTIVA EN LA EMPRESA MODERNA*. Recuperado el 2015

David Ramirez Figueroa, G. A. (s.f.). Habilidades Comunicativas y Competencias Argumentativas.

Desarrolloweb. (2015). *BARRERAS EN LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. Obtenido de <http://www.desarrolloweb.com/articulos-copyleft/articulo-barreras-en-la-comunicacion-organizational.html>

ECUADOR, P. N. (s.f.). *Dirección Nacional de la Policía Judicial | Policia Nacional del Ecuador*. Recuperado el Mayo de 2015, de <http://www.policiaecuador.gob.ec/dnpj/>

Fernanda, T. R. (29 de Julio de 2012). Plan de Mejoramiento enfocado en el servicio all cliente bajo los lineamientos del sistema de Gestión de calidad para Cenda Diagnosticentro AUTOMOTOR S.A. Santiago de Cali.

Garcia en Prezi, J. (2015). *Concepto de comunicación y habilidades comunicativas*. Obtenido de <https://prezi.com/ejcldtgiwrst/concepto-de-comunicacion-y-habilidades-comunicativas-xdd/>

http://www.competenciaslaborales.net/es/comunicacion_asertiva.html. (2011).

Competencias Laborales y Prevención de Riesgos Psicosociales. Obtenido de

http://www.competenciaslaborales.net/es/comunicacion_asertiva.html

<http://www.edukanda.es>. (s.f.). ::*HABILIDADES COMUNICATIVAS: ASERTIVIDAD, ESCUCHA*

ACTIVA Y PROACTIVIDAD::. Obtenido de

http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/922/contenidos/03_00_00_contenidos.html

López, C. (2001). *4 habilidades de comunicación para mejorar el servicio al cliente*.

Recuperado el Julio de 2015, de [http://www.gestiopolis.com/4-habilidades-comunicacion-](http://www.gestiopolis.com/4-habilidades-comunicacion-mejorar-servicio-cliente/)

[mejorar-servicio-cliente/](http://www.gestiopolis.com/4-habilidades-comunicacion-mejorar-servicio-cliente/)

Martínez Muñoz, L. (2007). *Consideraciones teóricas sobre atención al cliente*. Obtenido de

<http://www.eumed.net/ce/>

Medina, M. C. (2009). *El servicio de atención al cliente y el incremento de las ventas -*

Monografias.com. Recuperado el 2015, de

<http://www.monografias.com/trabajos93/servicio-atencion-al-cliente-y-incremento-ventas/servicio-atencion-al-cliente-y-incremento-ventas.shtml>

MINISTERIO DE CULTURA Y JUVENTUD. (2009). *Manual de Atención y Servicio al Usuario*

MCJ.

servicio al cliente: CONCEPTOS DE AUTORES SOBRE SERVICIO AL CLIENTE. (2012). Obtenido

de <http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>

Vargas, I. C. (Julio de 2012). *PROPUESTA DE PROGRAMA INTEGRAL DE SERVICIO AL CLIENTES*

COMO GESTIÓN ESTRÁTEGICA EN LAS CONCESIONARIAS AUTOMOTRICES DE LA CIUDAD DE

GUAYAQUIL. Guayaquil.

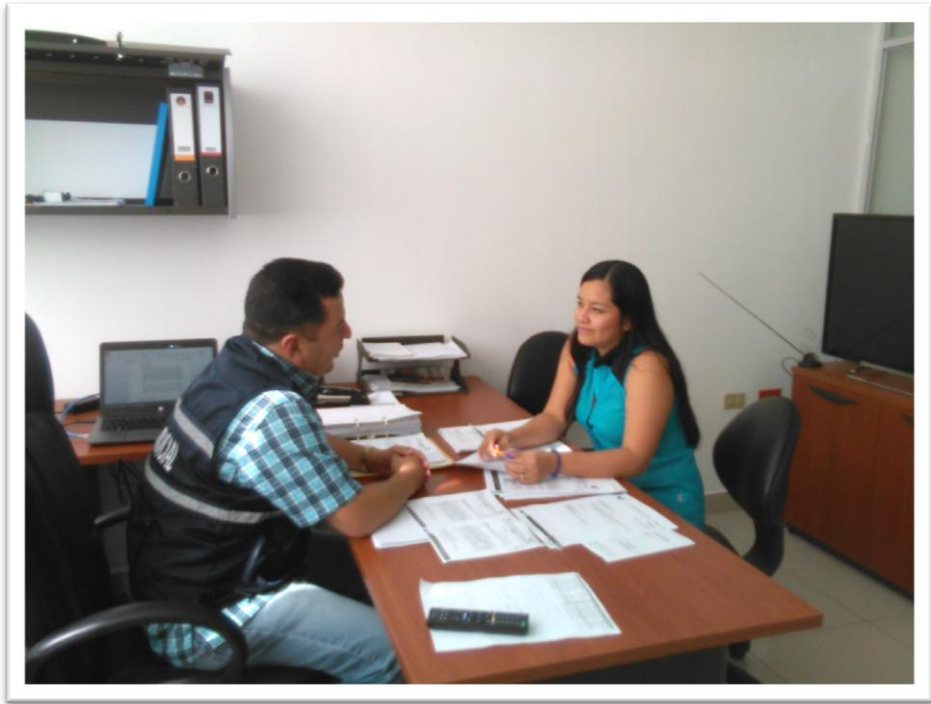
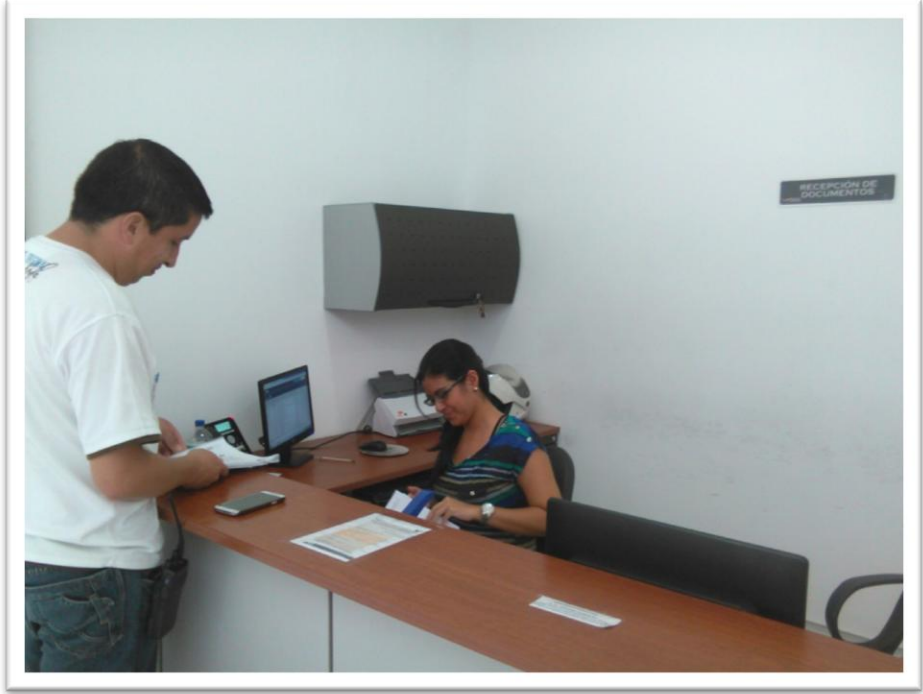
VOZ, T. (2015). *La asertividad en la atención al cliente*. Obtenido de [http://www.tu-](http://www.tu-voz.com/la-asertividad-en-la-atencion-al-cliente/)

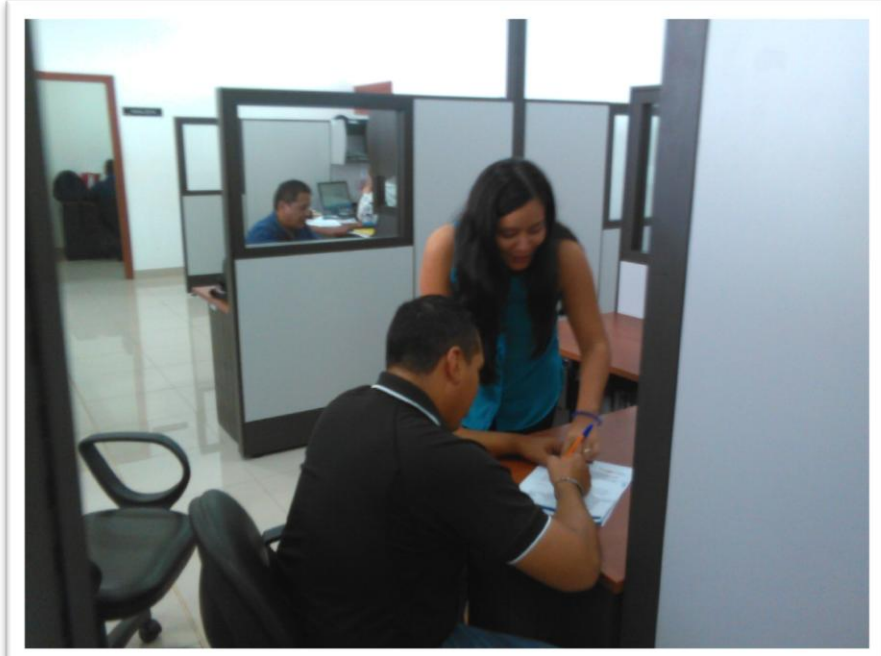
[voz.com/la-asertividad-en-la-atencion-al-cliente/](http://www.tu-voz.com/la-asertividad-en-la-atencion-al-cliente/)

ANEXOS

ANEXO 1
INSTALACIONES DE LA POLICÍA JUDICIAL DE LA ZONA 8









ANEXO 2
INSTRUMENTO DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN			
ELABORADA POR:	Marjorie Medina Barrera		
FECHA:	8 de julio del 2015		
LUGAR:	Policía Judicial de la Zona 8		
ITEMS	SI	NO	A VECES
ATENCIÓN			
AMABILIDAD			
PUNTUALIDAD			
AGILIDAD			
CORTESÍA			
EMPATÍA			
PACIENCIA			
COOPERACIÓN			
LIMPIEZA Y ORDEN			
BUENA EDUCACION			
VESTIMENTA			

ANEXO 3

ENCUESTA ATENCIÓN AL USUARIO EN LA POLICÍA JUDICIAL DE LA ZONA 8

PREGUNTAS	RESPUESTA		
	MALO	BUENO	EXCELENTE
1. ¿Cómo califica el servicio recibido por parte de la secretaria ejecutiva?			
2. ¿Los espacios de atención al usuario están aseados, ventilados y el nivel del ruido es adecuado?			
3. ¿La atención que se le prestó es oportuna y a tiempo?			
4. ¿Cuándo se acerca a las oficinas encuentra al personal amable, capacitado. Dispuesto a colaborar y respetuoso?			
5. ¿Los horarios de atención al público son puntuales, adecuados y respetados?			
6. ¿La atención a sus dudas, sugerencias, observaciones y dificultades es amable, inmediata, clara y receptiva?			
7. ¿Telefónicamente el servicio es amable, puntual y eficiente?			
8. ¿Ha llenado las expectativas por las cuales usted escogió el servicio?			
9. El personal da una imagen de honestidad y confianza.			
10. Se informa de una manera clara y comprensible a los usuarios			

ANEXO 4

**INSTRUMENTO DE ENTREVISTA REALIZADA A JEFE DE LA POLICÍA
JUDICIAL DE LA ZONA 8**

¿Qué opina acerca de la atención al usuario por parte de las secretarías ejecutivas de la institución?

¿Qué habilidades comunicativas debería tener la secretaria ejecutiva para mejorar la atención al usuario?

¿Cómo califica usted el trato recibido por parte de las secretarías ejecutivas, elija una de las siguientes opciones: malo, bueno o excelente?

¿Qué sugerencia usted podría manifestar para el mejoramiento de la atención al usuario?

¿Cree usted que es elemental que la institución cuente con una Guía de procedimiento para la atención al usuario por parte de la secretaria ejecutiva?

ANEXO 5

**INSTRUMENTO DE ENTREVISTA REALIZADA A LAS SECRETARIAS
EJECUTIVAS DE LA POLICÍA JUDICIAL DE LA ZONA 8**

¿Cuenta Usted en su trabajo con algún manual o guía de procedimiento o indicaciones donde se describan funciones, normas a cumplir de acuerdo al cargo de manera actualizada, precisa y concreta?

¿Considera usted de gran ayuda poseer un manual que describa las funciones, marco legal, metodología del trabajo y comportamiento ético de la secretaria en su centro de trabajo? ¿Por qué?

¿A su juicio, usted en su secretaría dispone de la tecnología necesaria y suficiente para el desarrollo de su actividad profesional de forma eficiente y eficaz en la institución? ¿Qué importancia le concede?

Mencione algunos aspectos que deben contemplarse en una guía de procedimiento relativo al trabajo de la secretaria en lo que corresponde a la atención al usuario.
