



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIDAD DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONALIZACIÓN
PROGRAMA DE SECRETARIADO Y RELACIONES PÚBLICAS

TÍTULO:

**MANEJO DE ARCHIVO EN LA UNIDAD ONCOLÓGICA SOLCA
RIOBAMBA Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL
PERÍODO JULIO A DICIEMBRE DE 2014**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: LICENCIADA EN SECRETARIADO Y RELACIONES PÚBLICAS.**

AUTORA:

Nancy Jacqueline Mayorga Gavilanes

TUTOR:

MBA. Carlos Larrea Naranjo

Riobamba – Ecuador

2016

INFORME DEL ASESOR

En mi calidad de asesor, y luego de haber revisado el desarrollo de la tesis elaborada por Nancy Jacqueline Mayorga Gavilanes, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el tribunal designado por la comisión.

Riobamba, febrero 25 de 2016

MBA. Carlos Larrea Naranjo
TUTOR

HOJA DE CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MBA. Carlos Larrea Naranjo

TUTOR

CALIFICACIÓN

NOTA FINAL _____ **(SOBRE 10)**

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, Nancy Jacqueline Mayorga Gavilanes, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y, los derechos de autoría pertenecen a la **UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación representa la culminación de una etapa de gran trascendencia en mi vida, dedico de manera especial a mi querida hija Steffy Valentina, quien constituye la razón de mi existencia y la fuerza para alcanzar las metas propuestas.

A mi esposo Franklin Paredes López por brindarme su apoyo incondicional, a mis padres Cristóbal y Corina por ser un ejemplo de amor y perseverancia y a mi querido hermano Patricio por su motivación que me ha permitido ser una persona de bien.

Nancy

AGRADECIMIENTO

A Dios Padre por su misericordia y amor al ser mi guía en el recorrer de la vida, a la Universidad Nacional de Chimborazo como templo del saber, a cada uno de mis maestros quienes a través de sus discernimientos supieron crear en mi amor al estudio y pasión por el desarrollo profesional.

De manera especial mi agradecimiento al MBA. Carlos Larrea Naranjo tutor de tesis y Máster Julio Bravo Mancero, quienes con sus conocimientos, experiencias y sabios consejos, supieron guiarme en el desarrollo y culminación del presente trabajo investigativo, pero sobre todo por constituirse en ejemplos de perseverancia.

Nancy Jacqueline Mayorga Gavilanes

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
INFORME DEL ASESOR	ii
HOJA DE CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
DERECHOS DE AUTORÍA	iv
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	2
1 MARCO REFERENCIAL.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3 OBJETIVOS	3
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	3
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	3
CAPÍTULO II.....	5
2 MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
2.1.1 MANEJO DE ARCHIVOS.....	5
2.1.1.1 Definición de archivo	5
2.1.1.2 Importancia del archivo.....	6

2.1.1.3	Características del archivo	7
2.1.1.4	Funciones y finalidad del archivo	8
2.1.1.5	Organización de un archivo.....	9
2.1.1.6	Archivo computarizado	11
2.1.1.7	Clases de archivos	14
2.1.1.8	Nuevos sistemas de archivos.....	15
2.1.1.9	Creación de un sistema de archivo	16
2.1.2	ATENCIÓN AL CLIENTE	17
2.1.2.1	Definición de cliente y público	17
2.1.2.2	Tipos de clientes	20
2.1.2.3	Pautas para trato a todo tipo de clientes	22
2.1.2.4	Características de la atención al cliente.....	22
2.1.2.5	La satisfacción del cliente	23
2.1.2.6	Modelos de satisfacción del cliente.....	24
2.1.2.7	Calidad de servicio	26
2.1.3	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	28
2.1.3.1	Importancia.....	28
2.1.3.2	Comunicación interna y externa.....	29
2.1.3.3	Comunicación ascendente, descendente y cruzada	31
2.1.3.4	Barreras en la comunicación	35
2.1.3.5	Estrategias de comunicación organizacional.....	37
2.1.4	COMUNICACIÓN Y TIC´s.....	38
2.1.4.1	Importancia.....	38
2.1.4.2	Tipos de comunicación.....	40
2.1.4.3	TIC´s.....	42
2.1.4.4	Beneficios de las TIC´s	44

2.1.4.5	Ventajas.....	45
2.1.4.6	Desventajas.....	47
2.1.5	HIPÓTESIS Y VARIABLES	48
2.1.5.1	Hipótesis.....	48
2.1.5.2	Variables.....	48
2.1.5.3	Operacionalización de las variables	49
CAPÍTULO III.....		50
3	MARCO METODOLÓGICO.....	50
3.1	MÉTODO.....	50
3.2	TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	50
3.3.1	POBLACIÓN.....	50
3.3.2	MUESTRA.....	51
3.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	52
3.5	TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE DATOS	52
3.6	PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	52
3.6.1	RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA UNIDAD ONCOLÓGICA SOLCA RIOBAMBA.....	52
3.6.2	RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS EMPLEADOS DE LA UNIDAD ONCOLÓGICA SOLCA RIOBAMBA.....	69
3.7	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	85
CAPÍTULO IV		87
4	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
4.1	CONCLUSIONES	87
4.2	RECOMENDACIONES	88
CAPÍTULO V.....		89

5	PROPUESTA.....	89
5.1	TÍTULO	89
5.2	INTRODUCCIÓN	89
5.3	OBJETIVOS	89
5.3.1	GENERAL.....	89
5.4	JUSTIFICACIÓN	89
5.5	CONTENIDO	90
5.5.1	PROGRAMA DE CAPACITACIÓN.....	90
5.5.2	TEMÁTICAS.....	91
5.5.3	CAPACITADORES.....	91
5.5.4	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	92
	BIBLIOGRAFÍA	93
	ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Beneficios de las Tic's	45
Tabla N° 2. Operacionalización de las variables	49
Tabla N° 3. Población.....	51
Tabla N° 4. Muestra.....	51
Tabla N° 5. Labor de la unidad.....	53
Tabla N° 6. Ayuda del personal a los usuarios	54
Tabla N° 7. Trato considerado y amable	55
Tabla N° 8. Personal cualificado	56
Tabla N° 9. Seguridad de respuesta a requerimientos	57
Tabla N° 10. Imagen de honestidad y confianza	58
Tabla N° 11. Problemas en contactarse	59
Tabla N° 12. Horario adecuado	60
Tabla N° 13. Información clara y comprensible.....	61
Tabla N° 14. Forma adecuada de recoger quejas y sugerencias.....	62
Tabla N° 15. Materiales suficientes.....	63
Tabla N° 16. Tecnología adecuada.....	64
Tabla N° 17. Medios adecuados de comunicación.....	65
Tabla N° 18. Conocimiento de intereses y necesidades de usuarios	66
Tabla N° 19. Respuesta rápida a necesidades y problemas	67
Tabla N° 20. Buena opinión de otros usuarios	68

Tabla N° 21. Archivo de documentos.....	69
Tabla N° 22. Identificación de información	70
Tabla N° 23. Disponibilidad de la información.....	71
Tabla N° 24. Registro cronológico de documentos entregados.....	72
Tabla N° 25. Solución a la pérdida de documentos.....	73
Tabla N° 26. Registro de reclamos	74
Tabla N° 27. Digitalización de la información departamental	75
Tabla N° 28. Conocimiento sobre la administración de archivo	76
Tabla N° 29. Tiempo para buscar un documento	77
Tabla N° 30. Ambiente de trabajo	78
Tabla N° 31. Apertura para modernizar el sistema de archivo.....	79
Tabla N° 32. Tipo de archivo departamental.....	80
Tabla N° 33. Nuevos sistemas de archivo	81
Tabla N° 34. Capacitación y formación en gestión documental.....	82
Tabla N° 35. Importancia del manejo adecuado de la gestión documental.....	83
Tabla N° 36. Cronograma de actividades de capacitación	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Labor de la unidad.....	53
Gráfico N° 2. Ayuda del personal a los usuarios.....	54
Gráfico N° 3. Trato considerado y amable	55
Gráfico N° 4. Personal cualificado	56
Gráfico N° 5. Seguridad de respuesta a requerimientos	57
Gráfico N° 6. Imagen de honestidad y confianza	58
Gráfico N° 7. Problemas en contactarse	59
Gráfico N° 8. Horario adecuado	60
Gráfico N° 9. Información clara y comprensible.....	61
Gráfico N° 10. Forma adecuada de recoger quejas y sugerencias.....	62
Gráfico N° 11. Materiales suficientes.....	63
Gráfico N° 12. Tecnología adecuada.....	64
Gráfico N° 13. Medios adecuados de comunicación.....	65
Gráfico N° 14. Conocimiento de intereses y necesidades de usuarios	66
Gráfico N° 15. Respuesta rápida a necesidades y problemas	67
Gráfico N° 16. Buena opinión de otros usuarios	68
Gráfico N° 17. Archivo de documentos.....	69
Gráfico N° 18. Identificación de información	70
Gráfico N° 19. Disponibilidad de la información.....	71
Gráfico N° 20. Registro cronológico de documentos entregados.....	72

Gráfico N° 21. Solución a la pérdida de documentos.....	73
Gráfico N° 22. Registro de reclamos	74
Gráfico N° 23. Digitalización de la información departamental	75
Gráfico N° 24. Conocimiento sobre la administración de archivo	76
Gráfico N° 25. Tiempo para buscar un documento	77
Gráfico N° 26. Ambiente de trabajo	78
Gráfico N° 27. Apertura para modernizar el sistema de archivo.....	79
Gráfico N° 28. Tipo de archivo departamental.....	80
Gráfico N° 29. Nuevos sistemas de archivo	81
Gráfico N° 30. Capacitación y formación en gestión documental	82
Gráfico N° 31. Importancia del manejo adecuado de la gestión documental.....	83

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se ha realizado tomando en cuenta los sistemas de manejo de archivo que utilizan las diferentes dependencias de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba, el que no ha tenido resultados completamente satisfactorios, pues el uso de los métodos tradicionales o manuales dificulta hasta cierto punto llevar a cabo las actividades en forma eficiente y eficaz y donde el objetivo principal es brindar una atención de calidad a los clientes.

El propósito de esta investigación es lograr cambios en los diferentes ámbitos como el surgimiento de la imagen corporativa, pero sobre todo lograr brindar un servicio de calidad a quienes día a día acuden a la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba.

La metodología aplicada en esta investigación fue la deductiva, pues partiendo de hechos generales se determinó, con hechos reales y a través de la observación y la aplicación de encuestas y entrevistas personales, conocer sobre las falencias existentes en el manejo de archivo como también sobre el servicio que reciben los usuarios.

La actualización de conocimientos de la mano de la tecnología moderna, se han constituido en instrumentos para el desarrollo organizacional, donde sin duda todo se deriva a que si el recurso humano y tecnológico va de la mano, será decisivo para el éxito de todos quienes son parte de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba.



ABSTRACT

The present research has been carried out taking into account the file management systems used by different departments of the SOLCA Riobamba Oncology Unit, which has not been completely satisfactory results, as the use of traditional or manual methods difficult to some out point out the activities in an efficient and effective and where the main objective is to provide quality care to clients.

The purpose of this research is to achieve changes in the different areas as the emergence of the corporate image, but above all make providing quality service to every day go to the Oncology Unit SOLCA Riobamba.

The methodology used in this research was deductive, because it from general facts were determined with real facts and through the observation and implementation of surveys and personal interviews, learn about the existing shortcomings in also on the service management file as users receive.

Updating knowledge in the hands of modern technology, they have become instruments for organizational development, which certainly derives all that if the human and technological resources goes hand in hand, will be decisive for the success of all those who are Riobamba SOLCA of the Oncology Unit.

INTRODUCCIÓN

En el ámbito institucional la información es considerada un recurso vital, considerándolo esencial la materia prima que se procesa en cada una de las oficinas, por lo tanto el tema de archivo se ha convertido en un importante instrumento de consulta.

La presente investigación pretendió generar cambios en la institución, tanto en imagen corporativa como excelencia en el servicio, la misma que se desarrolla en 5 capítulos.

El Capítulo I comprende el Marco Referencial en el que se analiza los antecedentes del problema, los objetivos y la justificación para desarrollar el trabajo de investigación.

El Capítulo II comprende el Marco Teórico, donde se describe la fundamentación teórica, lo que permite el planteamiento de la hipótesis sobre lo que gira esta investigación.

El Capítulo III recoge el Marco Metodológico que apoyado en métodos de investigación orientó la recolección de datos mediante encuestas, entrevista y observación que constituye o se estructura en lo que considera la opinión del personal y los usuarios de la Unidad Oncológica, además se expone los resultados de esta investigación, así como la comprobación de la hipótesis.

El Capítulo IV comprende las conclusiones y recomendaciones.

El Capítulo V permite conocer la propuesta, sus antecedentes, justificación, objetivos y contenido sobre el programa que posibilite un mejor servicio en la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba.

CAPÍTULO I

1 MARCO REFERENCIAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Sociedad de Lucha Contra el Cáncer con sus siglas SOLCA en el Ecuador, es una institución de derecho privado con propósito de servicio público, creada como una alternativa de servicio activo de diagnóstico, tratamiento y paliación de este delicado tema carente de cura en el mundo.

Como es de conocimiento general el cáncer es una enfermedad hasta hoy incurable, y donde por lo menos un miembro por familia padece o sufrió de este mal sin remedio que día a día se hace presente sin que exista medicamento alguno que pueda curar tan lamentable enfermedad.

La ciudad de Riobamba cuenta con un establecimiento de salud con todos los requerimientos de asistencia: Consulta Externa, Oficinas administrativas, Trabajo Social y servicios correspondientes, contando con un personal calificado en todas sus áreas, sin embargo también se sabe que el manejo del archivo en la institución presenta dificultades, provocando en ocasiones la baja calidad en el servicio, pues clientes y público en general se ven forzados a esperar días para conseguir la documentación solicitada, lo que se ha convertido en un desafío para el personal que labora en la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba.

SOLCA cuenta con una gran reputación en la provincia por sus servicios prestados lo que ha logrado la fidelización de los usuarios, pero el problema repercute en las distintas funciones generando una respuesta lenta e ineficaz afectando de sobremanera en la toma de decisiones.

Esto va a la par de la inexistencia de un programa de capacitación permanente en el cual se impartan temas relevantes sobre manejo de las TIC's, archivo, atención al público y relaciones humanas para que la interacción entre el personal y el usuario se desarrolle en un marco de satisfacción mutua.

Ante esta situación, se identifica la necesidad de solucionar estas dificultades con procedimientos básicos acordes a la modernización y que permitan viabilizar el trabajo.

El tema se enfoca hacia un método donde surja el potencial humano, en lo cual el entrenamiento y la capacitación desempeñan un papel importante.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo incide el manejo de archivo de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba en la atención al cliente en el período julio a diciembre de 2014?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar cómo incide el manejo de archivo de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba en la atención al cliente en el período julio a diciembre de 2014.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar de qué manera se manejan los archivos en la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba.
- Determinar el nivel de satisfacción del cliente cuando acude a las instalaciones del Hospital.
- Proponer estrategia para el manejo de archivo en la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba.

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La Unidad Oncológica SOLCA Riobamba en la actualidad cuenta con un manejo de archivo manual, obsoleto y no automatizado, por lo tanto es justificable e importante la aplicación de estrategias que permitan el crecimiento informático y que los responsables de la gestión encaminen sus esfuerzos a la automatización de sus archivos y a la debida capacitación del personal encargado de su manejo, para que los documentos como parte de los activos de la empresa se encuentren bajo una administración correcta.

Este tema es factible de realizarlo pues prevé que con esta investigación se obtendrá información relevante sobre la situación actual del manejo de archivos y atención al

cliente en la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba, sirviendo como un aporte positivo que contribuirá al desarrollo de la institución.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La gestión que se realiza en las instituciones se encuentra respaldada por toda la documentación que de manera adecuada debe estar registrada y archivada. El manejo de archivos se refiere a la aplicación de “los procedimientos que permitan controlar el flujo documental de la empresa desde que se inicia hasta que finaliza. Esto es fundamental para satisfacer las necesidades expresadas e implícitas de información y uso de los documentos”. (Novelle, 2012)

La atención al usuario también conocido como servicio al cliente 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”. (Serna, 2006)

2.1.1 MANEJO DE ARCHIVOS

2.1.1.1 Definición de archivo

“A lo largo de la historia los pueblos han sentido la necesidad de guardar y conservar los documentos para poder perpetuar la memoria de los hechos e instituciones de sus antepasados. En este sentido el propio término “archivo” que se deriva del termino griego arche y archios, significa origen o antiguo” (Luzón, 2005: 5)

Es el conjunto de documentos públicos y privados que a través de una administración se conservan para tener a nuestro alcance de manera oportuna la información requerida.

El archivo recopila, conserva y propagan información registrada, receptada por una organización, dicha información puede estar contenida en documentos sobre papel medios legibles por electrónicos, fotografías, fonogramas, videocintas, películas, pintura, dibujos, mapas, etc.

Sin embargo se puede decir que el termino archivar es la acción de organizar, clasificar, conservar arreglar pero sobre todo administrar en forma técnica los documentos que son de importancia para las empresas, instituciones, y organizaciones.

En la actualidad las empresas hacen uso de los archivos electrónicos en el cual permanentemente se guarda la información en discos duros, donde su proceso es receptor codificar y elaborar la información.

2.1.1.2 Importancia del archivo

“Entonces, no es difícil reconocer el por qué nos encontramos en el punto en que el vínculo entre identidad, cultura y Archivo intenta reinterpretarse y en base a qué se cuestiona la asociación tradicional entre Archivo y memoria” (Flores, 2011: 15)

El crecimiento de las empresas en la actualidad ha permitido también la incrementación de gran cantidad de documentos que se reciben y se emiten, esto a pesar de contar con nuevas tecnologías acorde a la modernización. Constituyéndose en muchos lugares de trabajo en algo significativo el hecho de conservar papeles que les permitan desenvolverse en forma más dinámica útil y eficaz.

El sector de los trabajadores en su mayoría utiliza a diario la documentación archivada, esto debido a que representa un auxiliar para sus labores de rutina con referencias exactas y precisas en fechas, proyectos y hechos

Estos se clasifican en:

- a) **Archivos Activos:** Son documentos actuales, que son manejados de manera permanente o que se encuentren en proceso de consulta o solución.
- b) **Archivos Semi activos:** Son aquellos que tienen más de un año de resguardo que se puede necesitar hacer una consulta muy esporádicamente.
- c) **Archivos Inactivos o Muertos:** Son aquella documentación que conserva valor histórico y por la importancia que esta representa.

Es importante y hasta cierto punto imprescindible que en toda empresa, o institución exista un archivo que se encargue de administrar la documentación, donde exista la

responsabilidad de disponer de mejor manera la correspondencia de la oficina y las comunicaciones personales.

La falta de organización existente en los archivos de oficina han sido los principales causantes de la lentitud en la acción administrativa, originando problemas tanto en el aspecto interno como externo, convirtiéndose en un problema administrativo para el personal el cual se siente incapaz de afrontar de manera individual tan grande responsabilidad como es la gestión documental y donde la falta de recursos y el desconocimiento total de técnicas adecuadas se han constituido en su principal impedimento para su correcto desarrollo, es importante recalcar que en los tiempos actuales la sociedad y sus diferentes públicos exigen rapidez y eficacia en todos los aspectos de la gestión.

2.1.1.3 Características del archivo

La exigencia de las entidades u organizaciones ha permitido que el archivo cumpla satisfactoriamente con su cometido, por lo que es necesario poner a disposición sus siguientes características esenciales

Según Alvarado M, (2007: 50) “La palabra ordenación tiene implícitos el orden y la disposición reglamentaria basada en preceptos que permiten el cumplimiento de leyes”.

- Sencillez, que su manejo no sea ni confuso, ni complicado, es decir que permita fácilmente su administración.
- Si el archivo es manual es decir el tradicional, que esté ubicado en un lugar, claro, cómodo y ventilado.
- Si es digital, que su aplicación sea en un sistema confiable y con sus respectivos respaldos.
- Adaptable a las necesidades y circunstancias del negocio.
- El acceso debe ser fácil para que la documentación pueda ser encontrada de manera inmediata.
- Los archivos se organizan en carpetas (directorios), y subcarpetas (subdirectorios) de forma jerárquica.

- Que brinde total seguridad y confiabilidad en la conservación, para evitar pérdidas de documentos o información tanto en archivo digital como manual.
- Cada Archivo se identifica por un nombre y jamás deberá ser repetido.
- La persona que lo maneja deberá ser ágil en su trabajo y tener conocimiento sobre la materia, de esta manera poder realizar el trabajo en el menor tiempo posible demostrando eficiencia y eficacia.

2.1.1.4 Funciones y finalidad del archivo

“Más el archivo posee la inigualable ventaja de resguardar escritos que, sin dejar de considerarlos como contenedores de palabras dispersas y difusas, más o menos representativas de quienes poseían el dominio de la escritura, potencian la captura de aquello o de aquéllos que fueron objetos del silencio, del ocultamiento, de la marginación” (Flores, 2011: 26)

La existencia un archivo y su correcto manejo es de vital importancia para el surgimiento de una empresa o institución, hoy en día la presencia de las TIC's ha generado la necesidad de conocer sobre el manejo digital, esto con el fin de brindar un servicio eficaz y acorde a las necesidades del cliente.

La presencia del archivo permite la aplicación de dos funciones:

- El almacenamiento de la documentación tanto manual como digital.
- La recuperación inmediata de los documentos almacenados.

A pesar de ser las dos de vital importancia para el buen desempeño de las actividades, la función que permitirá condicionar e informar sobre nuestra actividad profesional será la que se encarga de la recuperación inmediata de información y documentación, esto debido a que de nada nos sirve tener la información ordenada y guardada si no existe capacidad en el empleado o el equipo de trabajo para encontrar rápidamente la información requerida entorpeciendo y brindando una mala imagen de la entidad a la cual representamos.

Entre sus funciones está el de coordinar la gestión de los archivos de oficina, implantando procedimientos, y elaborando herramientas de descripción para facilitar la

organización y acceso a la documentación activa, entre estas también está el custodio de la misma. Actúa como archivo intermedio alternando la documentación semiactiva para que sirva de apoyo a la actividad administrativa, y actúa como archivo histórico conservando aquella documentación inactiva de la que se ha determinado su conservación definitiva, esto con la finalidad de ser consultada con fines de estudio e investigación.

Las funciones que provee el archivo es recibir, clasificar, conservar, custodiar y facilitar documentos, el material de archivo más común lo constituyen: carpetas, archivadores, guías, electrónicos, etc.

Sin embargo dentro de las finalidades del archivo es facilitar ampliamente su proceso de actividad donde la información y manejo de la documentación permita desarrollar un trabajo eficaz brindando un servicio de calidad y óptimo a los públicos tanto internos como externos.

- Ser una herramienta o instrumento que nos permita conocer el funcionamiento de otros servicios en lo que afecta a las necesidades de funcionamiento de nuestro archivo.
- Proporcionar un servicio óptimo al menor coste y tiempo posible.
- Asegurar una conservación perfecta de los documentos e información de la entidad a la cual se representa.
- El control de los documentos es tan importante como el diseño y el sistema elegido de archivo.

2.1.1.5 Organización de un archivo

“Se está hablando de que el objetivo principal o fin último que da sentido a la existencia de un archivo es el de disponer de una documentación organizada, cuya información sea recuperable para su uso” (Luzón, 2005: 7)

La idea de organizar correctamente un archivo es con la finalidad de conservar la documentación, custodiarla en las mejores condiciones de seguridad utilizando siempre el orden.

Entre los métodos más conocidos y recomendados están:

- Método alfabético
- Método alfabético geográfico
- Método cronológico
- Método numérico

a) **Método alfabético.-** Es el método para guardar información más sencillo de manejar ya que todos los documentos y referencias van directamente en las gavetas principales sin necesidad de consultar auxiliares para obtener la información deseada. en este tipo de archivo se hace uso el alfabeto inglés y donde su metodología es abrir una carpeta cuando existen varios documentos referentes a una mis organización, empresa o cliente y donde la idea es archivar por orden de fecha colocando encima la más reciente.

Alfabetizar significa ordenar los nombres de acuerdo con las secuencias alfabéticas de sus letras, constituyéndose esta en la más fácil aplicación ya que esta permite ordenar y consultar de manera más rápida la documentación archivada haciendo uso de las reglas universales.

Ventaja.- Rápida localización de los documentos y fácil colocación del mismo.

Desventaja.- Se desordena con facilidad y por lo tanto existe dificultad de ampliación.

b) **Método alfabético geográfico.-** Es aquel método en el cual se pone en práctica tomando en cuenta su localización geográfica.

Desventajas.- Es importante hacer uso de una guía de clasificación ya que con facilidad se puede archivar los documentos en otra carpeta y si se desconoce el asunto y su contenido será difícil su localización.

c) **Método cronológico.-** Es aquel archivo en el cual sus documentos en información se ordena tomando en cuenta el tiempo como elemento fundamental, estas tienen

vital importancia o son puestas en práctica en las actividades de manifestación humana, estas pueden ser matrimonios, nacimientos, defunciones etc.

Ventajas.- Acceso directo y fácil de clasificar.

Desventajas.- Cuando no se conoce la fecha de elaboración será difícil su localización y si lo manipulan varias personas seguro se convertirá en desorganización.

d) Método numérico.- Este método consiste en clasificar la documentación de acuerdo al código estipulado, aquí se hace presente 2 puntos: el archivo numérico principal, el cual contiene guías y carpetas individuales y un auxiliar que consiste en índice tarjeteros en el que se apunta el asunto que contiene la tarjeta.

Ventajas.- Garantiza absoluta reserva, fácil sistema de archivo y su orden es infinito es decir que puede expandirse.

Desventajas.- Es muy amplio su espacio por ser infinito el número de archivo, por lo que no puede funcionar sin una guía auxiliar.

2.1.1.6 Archivo computarizado

“Ahora tenemos la computadora que no solo nos permite producir un documento en forma rápida, sino que además se pueda establecer la comunicación entre oficinas y computadoras y precisar que sucedió con el documento, que cambios es necesario hacerlo y su procesamiento se lo hace más ágilmente”. (Alvarado, 2007: 7)

A partir de los años 90 todos los sectores empresariales, educativos, sociales y más empezaron hacer uso de la computadora, permitiendo esta tecnología, la creación, el manejo y la conservación de la información, existiendo de apoco la renovación y actualización con una variedad de sistemas y programas diseñadas exclusivamente para el manejo de la información a través de la base de datos.

Hacer uso de una técnica de administración de base de datos ha facilitado el trabajo en todos los aspectos, ha permitido guardar información de manera organizada en filas o en columnas ya sean esto con respecto a pacientes de la unidad Oncológica como en

archivos con expedientes de los empleados de la institución; como también directorios con nombre y números telefónicos, registros entre otros.

Los archivos informáticos es aquella información que almacenamos en la computadora o dispositivos externos y que pueden ser identificados fácilmente y llevan ese nombre debido a que son el equivalente de los archivos en papel, tarjetas y microfichas acorde a la oficina y archivo tradicional, facilitando considerablemente la organización de la información en una sola computadora.

El archivo computarizado nos permite ahorrar espacio y tiempo, facilitando el registro y archivo con información contable, de recursos humanos y más, de áreas como la académica, comercial entre otras.

En sus inicios contar con un software para registro y procesamiento de la información significaba un costo elevado, sin embargo en la actualidad la innovación ha permitido que en su mayoría el usuario haga uso de técnicas confiables que garantice la permanencia de la información.

Se puede decir con conocimiento de causa que los sistemas de información computarizados han dado un cambio radical a la forma de operar de las empresas en la actualidad, el hecho de automatizar los procesos operativos abrió el panorama para una toma de decisiones coherente y por supuesto lograr las ventajas con la competencia.

Los archivos electrónicos e informáticos de a poco dejaron de ser una especie de tipología para integrarse de forma directa en una nueva categoría que se podría llamar de archivos híbridos, en los que el soporte material de la información obtendrá su propio protagonismo.

Dentro del campo de los archivos existen soportes audiovisuales e informáticos.

Ventajas:

- Acentuar solo la información que se necesita.
- Permite mayor confiabilidad.
- Ahorro de tiempo.

- Facilita la comunicación.
- Manejo de gran volumen de datos.
- Mejor presentación dentro del mundo interactivo.

Desventajas:

- Falta de costumbre del personal en la utilización del sistema computarizado.
- Cuando por falta de energía eléctrica se pierde información.
- No prioridad de cambio por parte de los administradores.

“Muchos sistemas de información son inicialmente sistemas manuales que después se convierten en sistemas computarizados. Está compuesto por hardware, software, base de datos, personas y procedimientos específicamente configurados para recolectar, manipular, almacenar y procesar datos para ser convertidos en información”. (Pando, 2000: 17).

Tomando en cuenta todos los puntos existentes, un sistema de información computarizado es una solución administrativa y organizacional, basada en tecnología de información a un reto que se presente en el medio en el cual nos desenvolvemos.

“Entre los inconvenientes que se han apuntado están, por ejemplo, el alto coste de la preservación digital; la continua obsolescencia de los programados; la complejidad implicada en la necesidad de adecuar los instrumentos de descripción y clasificación con la finalidad de búsqueda por parte de los usuarios, y el acceso, no siempre ágil, seguro y democráticamente difundido, a los sistemas de almacenamiento en la Internet.” (Flores, 2011: 25)

En nuestro caso la utilización de mecanismos digitales en la Unidad oncológica Riobamba a pesar de venir ejecutándolo desde varios años atrás aún no se ha renovado, por lo que se ve necesario la actualización de sistemas que permitan brindar un servicio óptimo a los públicos tanto internos como externos.

2.1.1.7 Clases de archivos

“Debe tenerse presente que el arte de clasificar se fundamenta principalmente en un sistema racional que se empleara para la localización de un documento y en una ordenación lógica de acuerdo a un criterio general, Es decir se trata de facilitar, hasta donde sea posible, el tener acceso a todos los documentos con facilidad” (Alvarado, 2007: 12)

Existen diferentes clases de archivos en los cuales las organizaciones o empresas pueden hacer uso correcto de la documentación o información.

- Archivo Centralizado.
- Archivo Descentralizado o Departamental.
- Archivo Mixto.

a) Archivo centralizado

- Archivo confinado en una dependencia o departamento
- Información accesible y delimitada a todo el personal
- Economía en equipamiento espacio y personal.

Ventajas.- Mantiene control y orden y todos tienen accesibilidad a la información, economizando espacio y equipos técnicos.

Desventajas.- Su personal debe ser especializado, y retrasa considerablemente la información, es decir es estático el procedimiento.

b) Archivo descentralizado o departamental

- Permite mantener la garantía de confidencialidad y reserva de los documentos de acuerdo a su área.
- cada área o departamento tiene su propio archivo que garantice un trabajo responsable en cada dependencia.

- Eficacia en el acceso a documentos de uso inmediato.
- Es necesario que exista un responsable general del archivo, aunque todo el personal del departamento tenga acceso a la documentación.

Ventajas.- Actúa con mayor autonomía por lo que su acceso es rápido y eficaz, no requiere personal especializado ya que todo se basa en normas para control y seguimiento de documentos.

Desventajas.- Incremento de las tareas diarias para quienes lo ejecutan y si no existen normas claras y explícitas puede resultar difícil su ejecución.

c) **Archivo mixto**

- Centralizado o descentralizado el archivo activo, inactivo e histórico.

Ventajas.- Pronta y efectiva localización y respuesta de documentación e información.

Desventajas.- Debe existir coordinación adecuada y efectiva entre las dependencias y el archivo general, estableciendo norma que se adapten a las necesidades.

2.1.1.8 Nuevos sistemas de archivos

“Las técnicas son esencialmente formas de hacer las cosas, métodos para lograr un determinado resultado con mayor eficacia y eficiencia”. (Larrea, 2011: 46)

Un sistema de archivo no es otra cosa que las estructuras y métodos de datos que un sistema operativo usa para seguir el proceso de búsqueda de los archivos de un disco o partición; demostrando el modo en la que se organizan los archivos en el disco. Este también es utilizado para describir a una partición o disco que se está manipulando para acopio o almacenamiento de la información.

En lo referente a la práctica, un sistema de archivos también puede ser manejado para acceder a datos generados activamente, como los ejecutados por medio de una conexión de una red de computadoras. Los sistemas tomados como tradicionales suministran métodos para mover, crear, renombrar y por supuesto eliminar archivos y directorios no requeridos.

Es importante poner a consideración que cuando se almacena un archivo ya sea este una imagen, una carpeta, un documento, video o más, estos se conservan su nombre y sus características originales y propias, pero se acopla al sistema de archivo almacenado en su respectivo dispositivo.

Los archivos modernos o digitales han facilitado las tareas tanto en el sector empresarial como en el hogar, un archivo no es otra cosa que estándares diseñados para el almacenamiento de información en distintos dispositivos de almacenamiento masivo, ya sean estos en discos duros con alta capacidad, discos ópticos, memorias USB, y ahora incluso se guarda información en correos electrónicos.

La renovación constante en el amplio mundo del archivo es abrirse campo para la elaboración de actividades de forma más eficiente y eficaz, ahorrando tiempo, espacio y por supuesto el factor económico que es el punto de mayor inquietud en quienes conllevan o lideran las organizaciones.

2.1.1.9 Creación de un sistema de archivo

“Hoy día estamos viviendo la era del información, esta era es el resultado de revolucionarios avances en la tecnología informática, particularmente en el campo de la electrónica, como microcomputadoras y de las necesidades de información que tienen las instituciones y las personas. (Alvarado, 2007: 14)

Es importante la creación de un sistema de archivo que vaya acorde a las necesidades y exigencias de la empresa o institución, esto con el fin de conservar la información o documentación transferida, custodiarle en las mejores condiciones, pero sobre todo fundamentadas en los principios básicos para la adopción de medidas para asegurar la perdurabilidad material de los documentos ya sean estos manuales o digitales.

El archivo debe resolver todas las demandas de información que la Unidad Oncológica Riobamba y para esto debe ser en los dos aspectos históricos y administrativos y que se convierta en un verdadero centro de información que garantice la permanencia de la documentación y que facilite los procedimientos de los clientes que día a día acuden hasta las instalaciones.

Lo más operativo y coherente sería la organización de un programa de cursos en la que se vería la formación técnica de archivo que se otorgaría al personal de la institución que esté relacionada con la custodia de importante documentación.

Para esto se necesitar disponer de todas las herramientas y recursos informáticos y documentales en sus múltiples dependencias, donde será preciso y objetivo la vida administrativa y burocrática, lo ideal es que las oficinas automaticen sus actividades haciendo uso de un sistema compatible con todos los ordenadores de la red de la Institución y donde todas las operaciones deberán quedar registradas en una base de datos, dado lugar a la facilitaciones de las actividades del personal de la Unidad como también creando un ambiente de satisfacción en los clientes.

2.1.2 ATENCIÓN AL CLIENTE

2.1.2.1 Definición de cliente y público

a) Cliente

“Los errores y problemas que surgen a diario representan la oportunidad perfecta para ganar o perder un cliente; la clave está en la manera de resolver la falla” (Tschohl, 2007: 3)

Definiremos como cliente es la persona, empresa u organización que obtiene o compra de manera voluntaria productos, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

Un cliente es una persona natural o jurídica con la disposición de hacer una transacción de un bien o un servicio por dinero. El concepto cliente se funda en la necesidad de algo o alguien, necesidad que debe ser satisfecha.

b) Público

“En la perspectiva directiva de las relaciones públicas, no se habla de públicos en sentido genérico, si no de diversos públicos propios y distintos para cada organización, lo que dota a este tipo de colectividad social con una serie de características específica”. Miguez M. (2009:56)

El público externo con el que cuentan la Unidad Oncológica Riobamba, constituye de manera especial toda aquella persona que ven de entidad el lugar ideal para acudir y recibir el servicio y la ayuda necesaria. Toda persona que acude a las instalaciones desde cualquier parte del país, puede hacer uso de las instalaciones y de los profesionales que día a día están para brindar el servicio y la atención. también se denomina publico externo a los individuos que permanentemente son parte del convivir, entre estos están vecinos y ciudadanos de la localidad, mientras que su público interno se constituye en el personal que día a día está presente en sus lugares de trabajo, como también a proveedores y personas de paso.

➤ **Públicos internos**

Se los denomina aquellos grupos sociales afines que integran el organigrama de la institución o empresa es decir:

- Directivos
- Accionistas
- Funcionarios
- Empleados entre otros.

Dentro de toda entidad la presencia de su público interno se lo cataloga de vital importancia sin desmerecer género o posición, todos son parte del llamado grupo empresa, se constituye en una verdadera familia en pos de alcanzar los más acertados objetivos, unidos en un objetivo común tiene como misión el desarrollo de la empresa o institución y todos son parte del éxito o el fracaso, desde el más elevado directivo o ejecutivo hasta el empleado de menor nivel si así se lo puede llamar.

Dicen Carmen Carreton e Irene Ramos (2009: 9) “Que los empleados son el motor de las organizaciones y que una buena política de comunicación interna que parta desde las relaciones con ellos, logra (sin entrar en proporciones directas o indirectas en los rendimientos del trabajador), grandes agentes activos de comunicación externa”.

Por un lado, se encuentra la Comunicación Interna, que se dirige a los empleados de la organización; o sea, a sus Públicos Internos. Este tipo de comunicación corporativa

tiene como objetivo principal dirigir la Cultura Organizacional hacia la dirección deseada; o sea, hacia la concreción de los objetivos que la organización se propone. Una eficaz gestión de la comunicación interna debe alinear e involucrar a los trabajadores con estos objetivos, armonizar el clima de la organización para generar el ambiente adecuado de trabajo, promover el cambio o refuerzo de comportamientos que permita lograr los fines y finalmente, mejorar la productividad.

Por otro lado, se encuentra la Conducta Interna, que representa la forma en que la organización se comporta respecto a sus miembros. Y este comportamiento se produce en diferentes niveles.

Existe una formalización en la implementación de las políticas, las normas, los procedimientos; los cuales determinan, por ejemplo, cómo la organización promociona a sus trabajadores cómo los selecciona, los capacita, evalúa su desempeño, recompensa las contribuciones y sanciona los incumplimientos...Todas ellas, acciones tendientes a establecer una adecuada satisfacción laboral que genere una evaluación positiva.

Esto permite el correcto funcionamiento de la organización, aquellas formas de hacer que le permiten lograr sus objetivos y metas.

Se trata entonces de la estructura formal que adopta la organización y en la cual los empleados desarrollan sus tareas.

En este sentido, la estructura representa a la organización, es su marco organizativo y dice mucho de sí misma en el ámbito interno. Se trata de cómo se hacen las cosas en la organización.

Y finalmente, nos encontramos con lo que se manifiesta a través de la filosofía y la cultura corporativa: entendiendo estos conceptos como la misión, visión y valores de la organización y la forma cómo se comportan sus miembros. Esta definición de sí misma en cuanto a por qué existe, para qué es necesaria, a qué se dedica, cuál es su rumbo, que “debe ser” y “cómo” llegará a serlo, es un elemento vital para la formación de la imagen corporativa; y son los miembros de la organización, los primeros que deben asumir un comportamiento acorde a esta filosofía.

➤ **Públicos Externos**

“Los Públicos externos se componen de grupos que no están necesariamente relacionados con la organización, aunque pueden afectar su bienestar” Miguez M (2009: 70).

Son aquellos individuos que se hacen presentes o interactúan con la organización pero sin pertenecer a ella.

También podemos decir que son grupos sociales que tienen un determinado interés que vincula a sus miembros entre sí y que no forman parte del organigrama de la organización de que se trata.

Los públicos externos de una organización son muy numerosos, pero, no debe perderse de vista que alguno de ellos interesan más que otros a la empresa.

Entre ellos se encuentran:

- **Cientes:** son todas aquellas personas que consumen nuestro producto o servicio
- **Proveedores:** son todas aquellas que nos proveen de materia prima para producir.
- **Prensa:** como público a conquistar y como instrumento de comunicación
- **Comunidad:** una comunidad surge cuando un grupo de personas e instituciones se hacen independientes. Y se relaciona a través de lazos de cooperación hábitos, estilos de vida como partidos, cultura común (formas de hablar) costumbre.
- **Gobierno:** es un público obligado (lo tomamos en cuenta porque es el que hace leyes, normas etc.)

2.1.2.2 Tipos de clientes

“Atender, ayudar y servir con dignidad a todo tipo de clientes, supone dignidad hacia uno mismo, lo que significa en términos simples, ser persona y ser gente en la manera de comportarse” (Jiménez, 2001: 6).

- **Cientes Actuales.-** Este tipo de cliente responde a aquellas personas, u organizaciones que visitan frecuentemente y que ha adquirido el producto o

servicio últimamente y es la que permite mantenerse activa en el mercado de las oportunidades.

Estos pueden ser de acuerdo al grado de influencia social, es decir se hace conocer el producto por medio de personajes públicos, familiares y conocidos a través de sus propios conocimientos y experiencias.

a) Según su Satisfacción:

- **Satisfechos:** Son aquellos clientes cuyas perspectivas concuerdan con la particularidad del servicio o producto que ofrece la empresa u organización. Los clientes satisfechos sólo cambian de marca si otra les ofrece una oferta mejor, sino, se mantienen fieles a la marca que cumplió con sus expectativas.
- **Insatisfechos:** Estos son los que consideran al producto o servicio, no llenar sus expectativas. Esto los lleva a elegir o direccionarse hacia nuevas oportunidades que presenta el mercado.
- **Complacidos:** para estos clientes, la calidad del servicio o producto y el de la empresa se encuentran por encima de sus expectativas. Lo que esto ocasiona es confianza, la lealtad y afinidad con el producto.

b) Según la frecuencia

- **Habituales:** Este tipo de clientes obtienen los servicios o productos de manera usual, por tal razón existe lealtad y confianza con la empresa y sus productos y son los que más necesitan de un trato familiarizado.
- **Frecuentes:** Estos clientes son los que hacen compras Generalmente, son aquellos clientes conformes con los productos o servicio recibidos.
- **Ocasional:** Son aquellos clientes que han hecho uso del servicio o producto por una sola ocasión o rara vez.
- **Potenciales:** Son los considerados o vistos como futuros compradores o adquirentes del servicio, por la capacidad adquisitiva y la disposición requerida

para hacerlo. Estos clientes son considerados las próximas fuentes de ingresos y propulsores del desarrollo institucional u organizacional.

2.1.2.3 Pautas para trato a todo tipo de clientes

“Es importante identificar dividirlos en fracciones más homogéneas y fácilmente manejables, y seleccionar aquellas porciones que más interesan en cada caso para trabajar con ellas de forma específica” Miguez M.(2009: 62).

Lo que se debe tener claro y no se debe dejar pasar por alto es que los tipos de clientes antes nombrados pueden variar de un momento a otro, así que es responsabilidad nuestra saber identificarlos y saber cómo tratarlos en cada situación que lo amerite.

Otra de las cosas muy presente en las organizaciones o empresas es que ningún cliente es imposible, todos son manejables y se los puede atraer ser parte de nuestros objetivos, no se debe dejar escapar ningún cliente, de hecho incluso los clasificados en los tipos de clientes como difíciles o dificultosos de tratar pueden ser los más importantes para la empresa si se descubre cómo relacionarse, de ahí la importancia de un buen servicio de atención al cliente, lo importante de todo es atraer al cliente hacia nosotros a través de un buen trato.

Es importante recordar que todos los clientes son especiales y únicos, y el trato debe ser muy por lo alto, esto muy por encima de todas las estrategias de marketing, publicidad y más detalles que se puedan poner en práctica.

2.1.2.4 Características de la atención al cliente

“Una de las principales formas en que una empresa de servicios se puede diferenciar es entregando consistentemente mayor calidad que sus competidores. Al igual que los fabricantes, la mayoría de las industrias de servicios se han unido al movimiento de calidad impulsado por el cliente. Y, como los mercadólogos de productos, los prestadores de servicios necesitan identificar qué esperan los clientes meta en cuanto a la calidad de servicio” (Kotler, 2007: 41)

En el contexto organizacional y empresarial moderno, La enérgica competencia, y el conflicto que en muchas ocasiones encuentran los clientes para estimar diferencias entre diversas opciones de compra, hacen cada vez más inevitable establecer políticas y

acciones que admitan a una empresa ofrecer un servicio que haga la diferencia, gracias a la eficiente atención prestada a sus clientes siguiendo este contexto es importante la aplicación de estrategias donde la capacitación y actualización de conocimientos es de vital importancia para la formación del personal en contacto con clientes y supervisores de áreas comerciales en la complicada tarea de satisfacer las necesidades de sus clientes mediante la interacción social.

En este tipo de explicación se expone los principios básicos de la atención al cliente, se ejecuta un breve análisis sobre las diferentes variables implicadas en las relaciones con los clientes y donde la idea es ofrecer las pautas para desarrollar las habilidades sociales necesarias para contactar con los clientes y públicos consumidores.

Lo importante de todo es estar presente en todos los requerimientos del cliente, convertirse en una solución para sus dudas, quejas o reclamaciones, respetando siempre sus derechos.

➤ **El servicio al cliente**

“La forma como una empresa puede diferenciarse de sus competidores es por medio del servicio” Keith Denton (1991: 4)

La intangibilidad de los servicios se direcciona a que los servicios no se pueden palpar, ver, oír, tocar, degustar u oler antes de obtenerlos. Para comprender mejor, los consumidores buscan simples señales de la calidad de un servicio. Obtienen conclusiones sobre la calidad del lugar de interés, la gente o público objetivo, el precio, etc.

2.1.2.5 La satisfacción del cliente

“Al atender con un nivel artístico, tu objetivo es captar la atención del cliente y deslumbrarlo con el gusto que transmites por lo que haces. Es un placer que produce admiración, que fascina y que genera aplausos” (Jiménez, 2001: 7).

La satisfacción del cliente se direcciona precisamente al nivel de conformidad del consumidor cuando realiza la adquisición de un artículo o un servicio, y donde la estadística y lógica demuestra que cuando exista mayor satisfacción en el cliente,

existirá la posibilidad de que el cliente regrese a comprar nuevamente o la necesidad de contratar servicios en el mismo establecimiento sea más amplia y segura.

Con seguridad un cliente con sentido de satisfacción se volverá fiel a la organización o empresa, suele regresar comunicar sus experiencias positivas vividas en su anterior visita y por supuesto adquirirá nuevamente productos o servicios. es por esta razón que la empresas deben ejecutar un seguimientos a sus clientes potenciales de manera periódica para conocer sus expectativas y por supuesto la empresa de a conocer activamente su oferta a sus clientes.

Recordemos que cuando un cliente compra un producto o adquiere un servicio y posterior éste llega a cumplir con sus expectativas, seguro quedará muy satisfecho y es muy probable que vuelva a comprarnos o visitarnos, aunque en poca posibilidad decida concurrir a la competencia si llega a encontrar una oferta que le interese; Pero seguro sentiremos una gran diferencia cuando un cliente adquiere un producto o recibe un servicio que no simplemente llega a cumplir con sus expectativas, sino que las sobrepasa o genera confianza, entonces quedará complacido y feliz, seguramente no sólo volverá a comprarnos o visitarnos, sino que es más que probable que se convertirá en un cliente fiel a nuestro servicio o producto, marca o empresa, pues estos clientes satisfechos nos recomendará con otros consumidores.

2.1.2.6 Modelos de satisfacción del cliente

La investigación de la satisfacción tiene que encararse desde la perspectiva del cliente y nada sustituye a la comunicación directa con este. Dukta A (1994: 57).

En muchas ocasiones nos preguntamos si en realidad los servicios que prestamos cumplen con la expectativa o requerimientos de nuestros clientes, o también en muchos casos nos solemos preguntar si el consumidor final queda plenamente satisfecho y gustoso con nuestro trabajo, detalles que implica brindar un servicio o producto de calidad basados en los siguientes modelos o requerimientos.

- **Ofrecer un producto de calidad.-** Brindar un producto que cuente con materias o insumos de primera calidad que garantice confiabilidad, que cuente con un diseño interesante, que sea durable en el tiempo y mantenga su particularidad, que satisfaga todas las necesidades, gustos y distinciones.

- **Cumplir con lo ofrecido.-** Procurar en lo absoluto que el producto o el servicio cuente con las particulares mencionadas en la publicidad, hacer efectivas y seguras las promociones, respetar incondicionalmente las condiciones estipuladas, cumplir con los plazos establecidos, esto generara confiabilidad en el producto o servicio que se esté poniendo a disposición del cliente.
- **Brindar una rápida atención.-** La eficiencia y la eficacia en el mundo del comercio es de vital importancia para el surgimiento de la organización o empresa, brindar una rápida atención al atender un pedido, al entregar un producto o brindar un servicio, al atender y dar solución a los problemas, quejas y reclamos del cliente eso permitirá que el consumidor, sienta complacencia de estar en un lugar donde le brindan la atención adecuada.
- **Brindar un buen servicio al cliente.-** La buena atención es lo primero es el slogan de grandes empresas en el mundo donde dan muestra de que el cliente es nuestro principal objetivo a tratar; ofrecer una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable y acogedor, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención, eso con seguridad hará la diferencia frente a la competencia.
- **Resolver problemas, quejas y reclamos.-** buscar la manera de atender y resolver problemas, quejas y reclamos de manera rápida y efectiva eso permitirá que el cliente entre en el ambiente de confianza y seguridad en la empresa u organización.
- **Brindar servicios extras.-** Buscar espacios de brindar servicios adicionales, estos pueden ser la entrega del producto a domicilio con servicio personalizado, la instalación gratuita del producto, servicio técnico gratuito, garantías, etc.
- **Ofrecer una atención personalizada.-** Las estrategias son parte de llegar al cliente, ofrecer promociones exclusivas, brindar un producto o servicio que satisfaga necesidades individuales, hacer posible que un mismo empleado atienda todas las consultas de un mismo cliente ayudara a cumplir con las metas establecidas.

En conclusión se podría decir que los modelos de satisfacción del cliente se refieren a cómo valoran o catalogan los clientes la calidad del servicio y su grado de satisfacción. Es importante manifestar que toda percepción está siempre relacionada con los intereses

del servicio que tiene el consumidor. Las percepciones se manejan de acuerdo a la calidad y la satisfacción del servicio ejecutado.

2.1.2.7 Calidad de servicio

“La calidad de servicio juega un papel fundamental en aquellas organizaciones que quieran fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo”. Miguel Abadi, (2004: 8).

En la actualidad el mundo de las oportunidades se ha puesto a consideración de todos donde la búsqueda de la calidad en los servicios representa una de las importantes tendencias en el sector de la comercialización y el aspecto académico y es precisamente esta calidad lo que distingue a las empresas y entidades con éxito de aquellas que permanecen en proceso. La calidad del servicio es la base de la supervivencia de una empresa u organización: la competencia y la existencia de clientes cada vez mejor informados son dos factores que contribuyen a esta concienciación.

Los bienes tangibles o servicios que una empresa ofrece a sus diferentes públicos, siempre irán acompañadas de un plus, Pues bien, la Calidad de Servicio supone el ajuste de estas prestaciones accesorias a las necesidades, expectativas y deseos del cliente. El objetivo es conseguir clientes satisfechos.

Con relación a la calidad de servicio, el cliente percibe como valioso, además de la prestación principal, una serie de elementos adicionales, como las prestaciones agregadas a la principal, el modo de entrega de la prestación principal, o una combinación de ambas.

La búsqueda e investigación de la calidad en los servicios constituye una de las primordiales preferencias en el sector de la distribución y es precisamente esta calidad lo que distingue a las empresas e instituciones con éxito de aquellas que permanecen estancadas en el proceso. La calidad del servicio es el motor de supervivencia de una entidad.

“Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una

necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” .Abadi (2004: 4)

Desde los inicios de la década de los 90, se han desarrollado novedosas formas comerciales donde el uso de la creatividad ha sido el factor fundamental para su surgimiento.

Estas observaciones, deben hacer comprender a las empresas lo interesante que resulta perseguir un servicio de calidad para diferenciarse de la competencia, establecer una marca, fidelizar clientes para mantener y aumentar sus beneficios, es importante definir primero el concepto de calidad de un servicio y luego estudiar sus componentes antes de abordar las dificultades ligadas a su operatividad.

Costos de la calidad

- Planificar.
- Mayor asignación de recursos humanos.
- Dedicar tiempo para mejorar.
- Dedicar tiempo para controlar.

Costos de la no-calidad

- Clientes perdidos.
- Tiempo por atender y tratar de solucionar quejas de los Clientes.
- Clientes insatisfechos que aleja a otros.
- Pérdida de material o servicio por no tener calidad durante el proceso y antes de la comercialización.
- Devoluciones.
- Costos adicionales por reemplazo de servicios.

Quienes conllevan las riendas de SOLCA Riobamba han ejecutado diferentes estrategias para dar a conocer que la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba es una entidad que brinda servicio de calidad, por lo que sería un compromiso de todos poner todos los métodos para que nuestros visitantes se lleven la mejor imagen de lo que esta representa.

La calidad se lo ejecuta en todo momento, desde que el cliente llama hacer sus reservaciones hasta que se despide recibiendo sus requerimientos.

En definitiva, la calidad de los aspectos accesorios a la prestación principal, y que lo hacen satisfactorios para el cliente, supone lo que se denomina calidad de servicio.

2.1.3 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

2.1.3.1 Importancia

“La comunicación es el fluido vital de una organización, los errores de comunicación en más de una organización han ocasionado daños muy severos” (Larrea. 2011: 78)

La comunicación es indispensable para conservar positivas relaciones en todos los espacios de nuestras vidas, particularmente en el aspecto laboral donde entender y hacerse comprender es una arte que permite una correcta convivencia, donde podemos decir que la comunicación en sí, entra en el campo de los valores, donde una buena relación entre compañeros de trabajo o altos directivos, puede hacer la diferencia entre una vida feliz o una vida llena de problemas.

La comunicación organizacional es una indispensable herramienta de mucho aporte laboral en el mundo moderno que da lugar a la transmisión de la información dentro de las organizaciones para identificar y conocer los requerimientos y logros de la organización y los colaboradores a la cual pertenecen.

A medida que en una organización exista una comunicación adecuada podremos decir que con seguridad tendrá éxitos en sus propósitos, brindando un ambiente de cordialidad y presupuesto elevando su imagen corporativa.

La idea moderna de manejar un grupo humano se ha basado en una correcta comunicación y donde las entidades, empresas u organizaciones han empezado alcanzar

el éxito poniendo en práctica nuevas modalidades donde las reglas y las convicciones laborales han sido bien vistas debido a la armonía y el ambiente laboral en el cual el empleado pasa largas horas y donde la presencia de oportunidades de capacitación ha permitido la superación, todo esto gracias a la comunicación dentro de la organización.

Según Larrea C, (2011: 143). “Algunos estudiosos de la comunicación cuentan la historia de la comunicación de masas como una serie de revoluciones en el desarrollo del lenguaje y la comunicación”.

La comunicación organizacional en el mundo moderno es un factor importante para que la gestión empresarial obtenga el éxito esperado, el buen manejo de esta, llevara al éxito a la entidad a la que se representa.

Es imprescindible que los miembros de una organización sepan los canales y códigos, mediante los cuales se pueden expresar y dar a conocer sus puntos de vista.

Hay muchos mensajes, los cuales deben ser ejecutados por cualquier individuo de la organización, y de manera preferencial, se debe hacer uso de la comunicación formal, para que no exista entendidos distorsionados, entre empleados y jefes, o clientes y jefes, que puedan llegar a dañar la relación existente entre empresa y cliente.

Es importante manifestar que un mensaje emitido con claridad, en un ambiente y con un canal apropiado de información, será convertido en una acción por parte del receptor y que un mensaje no claro y distorsionado, impreciso y ambiguo, puede causar problemas en una organización.

2.1.3.2 Comunicación interna y externa

a) Comunicación interna

“La comunicación interna son todas las actividades que una organización pueda realizar para mantener y crear las relaciones entre sus miembros, haciendo uso de todos los medios de comunicación existentes en la entidad”. Noguera J (2004: 363).

Entre sus principales objetivos están:

- Transformar la empresa en un ambiente de amabilidad, y motivación en las actividades laborales.

- Reconocimiento del desempeño de los trabajadores.
- La empresa u Organización es responsable positivo para beneficio de todos
- Mantener un vínculo de familiarización con la entidad.
- El clima organizacional es básicamente en ambiente personal y de índole físico a partir del cual se realizan las actividades empresariales.
- Fomentar el intercambio de información (comunicación).

b) Comunicación externa

La comunicación externa se constituye en todas las actividades ejecutadas por la organización o empresa, cuyo objetivo es conservar relaciones con el exterior, en el mundo moderno a este tipo de comunicación se le conoce como relaciones públicas.

“Las Relaciones Públicas realizan una función preponderante en el desarrollo del hombre organizacional propendiendo a su bienestar comunitario. Estas acciones se dan como un proceso continuo, planificado e integrador cuyos emprendimientos están estrechamente vinculados” Avilia Lammertyn Roberto (1997: 9).

La comunicación organizacional va más allá de lo estipulado, la idea de la palabra comunicación organizacional es vender la imagen institucional y de lo que esta representa. El objetivo es dar a conocer a sus diferentes públicos tanto internos como externos lo mejor de sí. Hoy en día existen profesionales expertos en manejar la imagen de la empresa, individuos con amplios conocimientos en el área de la comunicación y las Relaciones Públicas dispuestos a manejar la imagen empresarial con visión de superación, especialistas con un elevado nivel de firmeza y creatividad dispuestos a responder a las necesidades de un sector en particular en una dinámica de permanente innovación.

Hoy por hoy la dimensión estratégica del tema ha permitido la aparición oportuna del DIRCOM y las TIC's como una alternativa general de surgimiento y nexo entre la organización y los públicos externos, constituyéndose en la voz y el lenguaje en un verdadero estrategia de las comunicaciones con una visión integral de la organización a la cual representa.

Manifiesta Joan Costa que “El Dircom no tiene poder; tiene mucha responsabilidad porque maneja el mensaje, la portavocía, la imagen y la reputación corporativa, por lo que después del presidente es el empleado que más responsabilidad tiene”.

2.1.3.3 Comunicación ascendente, descendente y cruzada

"Los procesos de comunicación de los grupos están bajo la influencia de los medios de comunicación de masas, o bien directamente o bien, la más de las veces, a través de la mediación de los líderes de opinión" (Habermas, 1986: 271).

La comunicación organizacional se ha constituido en el ser humano en uno de los procesos más complejos e importantes en su diario vivir, esto al tratarse que la mayor parte del tiempo el individuo pasa en su lugar de trabajo, hoy en día y luego de comprobaciones irrefutables, los altos mando , accionistas y administradores han visto necesaria la aplicación de un trabajo en equipo donde la comunicación a dejado de ser piramidal y se ha convertido en un estilo de comunicación horizontal en busca de la objetividad, es decir mantener un estrecha relación entre jefes y empleados evitando el elitismo.

En una organización es necesario que la comunicación fluya en distintas vías, desde los niveles de jerarquía menor al de más alto nivel, así como hacia los niveles jerárquicos de los lados. Por lo general siempre se daba mayor prioridad a la comunicación de forma descendente, pero en la actualidad se tiene conocimiento que, en caso de que en la organización vaya solamente de mayor a menor, existirán graves problemas de comunicación. En términos universales para que la comunicación sea eficaz en la empresa, es significativo que surja del trabajador, es decir, comunicación de forma ascendente. Sin olvidar jamás la importancia del flujo horizontal al momento de entablar una comunicación, esto suele suceder cuando los actores pertenecen a un mismo nivel de rango o jerarquía; así como también existe la comunicación diagonal que es cuando se muestra entre empleados de distintos niveles de jerarquía.

a) Comunicación descendente

“Es la modalidad de comunicación más asociada al concepto de información, de hecho, la comunicación descendente pretende, como objetivo fundamental, transmitir a los niveles inferiores de la organización, instrucciones, datos ordenes , sugerencias, e

informaciones de diversas índoles que afectan a la labor que realizan estos últimos”
Ongallo C, (2007: 35)

La comunicación descendente por lo particular se hace presente en los niveles jerárquicos altos direccionados a los niveles inferiores; Por lo general esta comunicación se presenta en las organizaciones cuya jurisdicción es centralizada y autoritaria.

En lo que respecta a la comunicación descendente los principales medios utilizados para ejercer una información al personal es de forma oral y se presenta: a través de reunión con el personal, discursos, vía telefónica, video conferencias etc.

En lo que se refiere a la comunicación vía escrita los canales o medios más utilizados son:

- Cartas.
- Informes.
- Memorándum.
- Reportes.
- Manual de operaciones.
- Folletos.
- Correos electrónicos.
- Comunicados digitales.

Una de sus principales características de este estilo es que la información se vuelve imprecisa conforme va descendiendo en la línea de jerárquicos. Es importante recalcar que el hecho de que una administración de a conocer y requiera el cumplimiento de políticas de responsabilidad o trabajo, no existe una garantía para su cumplimiento y logro; ya sea por fallas en la comunicación, situaciones inesperadas que aturden los procesos, o por falta de disciplina de los trabajadores implicados. Por esta razón es

imprescindible la existencia de un sistema que permita retroalimentar la información acogida.

Para terminar señalaremos, que la información que se administra de forma descendente en una organización suele avanzar lentamente, entorpeciendo y tardando la llegada de la información a su destino, creando situaciones de malestar y de frustración a la administración de la organización.

b) Comunicación ascendente

“Este tipo de comunicación recoge desde la base los deseos, quejas reivindicaciones y sugerencias, y las transporta, utilizando el canal jerárquico hacia arriba, hasta el lugar al que, en cada caso corresponda decidir” Pérez E (2012: 237)

Sin duda que hablar de comunicación ascendente es lo contrario a la descendente, este tipo de comunicación organizacional se refiere cuando el personal transmite información a sus jefes superiores. Es decir, esta tipo de información fluye de niveles inferiores a personal de nivel superior, lastimosamente la información deseada en esta vía de transmisión no siempre llega a los niveles más altos de forma completa y objetiva, ya que mientras va subiendo la información se va deteriorando y no llega como es, sobre todo si se trata de informes o comunicados negativos o no esperados por la gerencia o quienes conllevan la administración. Esto se presenta de manera muy común, mientras la segunda es autoritaria, la primera (ascendente) se presenta en organizaciones cuyo ambiente y proceso de comunicación permite la participación de los empleados y conserva políticas de índole democrático para su intervención. entre los medios de transmisión más utilizados están:

- Entrevista personalizada
- Reunión periódica
- A través de encuestas
- Vía telefónica
- Sistema de sugerencias y quejas (Buzones, cartas y mensajes a la administración, mails).

c) Comunicación cruzada

“La comunicación cruzada incluye el flujo horizontal de información entre personas de niveles organizativos iguales o similares y el flujo diagonal entre personas en diferentes niveles que no tienen relaciones de dependencia directa” Medina U (2009:135)

Es aquella comunicación que se presenta entre niveles similares de jerarquía dentro de la organización es decir funciona al estilo horizontal. El propósito principal de la comunicación cruzada es aumentar la velocidad en la transmisión de la información, mejorar la comprensión de la información para lograr y cumplir con los objetivos de la organización. La comunicación cruzada es muy común dentro de las organizaciones esto debido a que siempre la información se dirige por las rutas normalmente establecidas en los organigramas.

En el mundo moderno las organizaciones hacen gran uso de la comunicación cruzada tanto escrita como oral, con el principal objetivo de perfeccionar el flujo en orientación o dirección vertical de la información dentro de las organizaciones.

Podemos decir que, debido a que la información no siempre sigue el procedimiento en cuanto a jerarquía se refiere, es indispensable proteger la información ante las dificultades limitaciones de la información.

Ante esto se pone a disposición los siguientes puntos:

- Es preciso que los trabajadores se abstengan de exceder los límites de autoridad que se les permita.
- El empleo de la comunicación debe presentarse cuando las necesidades de la organización así lo requieran.
- Los trabajadores deben mantener al tanto toda la información existente a sus jefes o mando superior de las tareas cruzadas de alta importancia.

Por lo tanto se dejar en claro que una comunicación cruzada algunas ocasiones puede desencadenar problemas en la organización, por lo tanto es importante se tenga cuidado con este tipo de flujo de información, que es indispensable dentro de las organizaciones.

2.1.3.4 Barreras en la comunicación

Según Paul Watzlawick (1987:17) dice “Resulta evidente que la comunicación es una condición de la vida humana y el orden social”.

Las barreras de la comunicación son consideradas uno de los más grandes problemas existentes para quienes conllevan las conducciones administrativas de la organización y que son muy necesarias buscar la manera de resolver de la manera menos conflictiva.

Resulta evidente el problema cuando una organización no cuenta con una estructura adecuada por lo que su planeación resulta deficiente. Las barreras que se presentan en la transmisión de la información pueden originarse en el emisor, el mensaje, el receptor del mensaje, o en la misma retroalimentación de la información que se recibe.

Las principales barreras en la comunicación específicamente en el caso de las organizaciones son:

- Comunicación de forma impersonal.
- Falta o ausencia de planeación.
- Información expresada deficientemente.
- Desconfianza o temores en la comunicación.
- Exceso de información.
- Distorsión del contexto del mensaje.
- Supuestos o hechos confusos.

Dentro de la comunicación organizacional es importante que esta fluya apropiadamente, sin embargo, existen ciertos factores que impiden la comunicación, desfigurando el mensaje y su proceso.

Entre las más destacadas tenemos las siguientes:

- a) **Barreras Psicológicas.-** Existen varios factores mentales que no permiten comprender una idea, algunos de ellos son: No tener en cuenta el punto de vista de los demás, sospecha preocupación o emociones ajenas al trabajo, explicaciones insuficientes, timidez, sobrevaloración de sí mismo, etc.

A un individuo generalmente es necesario explicarle, convencerle, observar su forma de actuar y también dejarle que ella se exprese. Algunas de las causas que contribuyan para formar barreras psicológicas son: poder para emplear o despedir, uso de sarcasmo, actitud arbitraria, críticas no éticas, 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.

- b) **Barreras Semánticas.-** Esta se refiere al significado de las palabras escritas u orales. 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.

- c) **Barreras Fisiológicas.-** Son aquellas que impiden emitir o recibir con precisión y claridad un mensaje, debido a los defectos fisiológicos del emisor o receptor. Estos defectos pueden afectar a cualquiera de los sentidos existentes.

- d) **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.

- e) **Barreras Administrativas.-** En lo que respecta a las barreras de comunicación que han impedido el correcto surgimiento de una organización, una de sus principales está la barrera administrativa, la que en su mayoría ha sido producto de la falta de planeación, deficiencia en la expresión, supuestos no aclarados deficiencia al escuchar, desconfianza, amenaza periodo insuficiente para ajustarse al cambio o como también sobrecarga de información.

2.1.3.5 Estrategias de comunicación organizacional

Al establecer estrategias de comunicación organizacional, se hace referencia a los pasos para buscar recursos y respuestas a los posibles conflictos a través de herramientas que nos permitan identificarnos como parte de la solución.

La estrategia de comunicación en las entidades es buscar una serie de elecciones que permiten ubicar los espacios y los momentos adecuados para efectuar un estilo comunicativo; ejecutar una correcta estrategia de comunicación permitirá que exista una mejor relación con los públicos y por supuesto el servicio interno y externo que brinda la organización para que sus empleados realicen sus actividades con respeto, participación, calidad sea visible el desarrollo a través de la productividad.

“Los principios estratégicos son las grandes directrices que orientan la evolución de la empresa de manera consistente con la visión propuesta por sus dirigentes. Pueden equipararse al trazo de un camino que llevara a la organización a su destino final”. (Rebeil 1998: 294).

La estrategia debe plantear tácticas de retroalimentación, que ayude a entender, facilitar, y operar, los cambios que va generando la organización, como también, brindar de manera eficiente, la información operacional que necesita toda organización para realizar sus actividades de rutina; forjando relaciones reflexivas, que posibiliten a los empleados y a los directivos, construir una empresa que garantice confianza pero sobretodo exitosa.

Toda estrategia de comunicación tiene como objetivo:

- Marcar las ideas superiores de la organización, para unificar los esfuerzos individuales y grupales hacia la dirección establecida.
- Informar las posturas institucionales que conlleva a generar nuevas culturas empresariales.
- Trabajar sobre la identidad de la organización, tanto en el aspecto comercial como en la actitud hacia el trabajo y el servicio.
- La actividad laboral y personal debe tener un sentido de pertenencia.

- Relegar o eliminar experiencias negativas pasadas.
- Desarrollar visiones de cambio con fines de construir objetivos comunes de los públicos tanto internos como externos.
- Poner en práctica todos los instrumentos y técnicas utilizables, para lograr el encuentro de opiniones que enriquezcan la participación de las personas con el único fin de crear una organización más solidaria, reflexiva y sobre todo comunicativa.
- Planificación adecuada para que cada elemento conozca su actividad y su posición en la organización, no sólo como trabajador sino como parte de una comunidad que se direcciona hacia un mismo objetivo.
- Determinar los niveles de eficacia y calidad en cada uno de los integrantes de la organización.

La utilización de una estrategia de comunicación, para lograr desarrollar una cultura organizacional:

- La pertenencia de los valores.
- La lógica productiva de la organización.
- Los ambientes de trabajo.
- La calidad en el servicio.
- Buena relación entre trabajador y empresa.

2.1.4 COMUNICACIÓN Y TIC's

2.1.4.1 Importancia

La comunicación desde sus inicios se ha constituido para el ser humano en uno de los procesos más complejos e importantes para el desarrollo de las familias y las sociedades, desde sus inicios el hombre no se ha limitado en buscar estrategias o maneras para comunicarse y hacerse entender, de acuerdo a ello ha tenido la

oportunidad de conocer su carácter y manera de pensar, sus particularidades y necesidades.

El valor de comunicarse le ayudado al ser humano a intercambiar de forma segura ideas pensamientos y sentimientos con los seres que le rodean, buscando siempre a través de la comunicación el beneficio personal de las dos partes.

La comunicación es indispensable, importante para conservar relaciones estables en todos los ámbitos o espacios de nuestras vidas, de manera especial o particular en la familia, el trabajo, y con las personas más cercanas. Con facilidad se ha visto que la comunicación entra en el campo de los valores específicamente cuando existen problemas de comunicación en lo laboral, con la pareja, los hijos o con el círculo de amigos se comienza a apreciar que una buena comunicación puede hacer la diferencia entre una vida llena de inconvenientes y problemas y una vida feliz.

En el mundo moderno la comunicación ha tomado absoluta y total preminencia en sus diferentes ámbitos de desarrollo constituyéndose la presencia de la tecnología en la pauta y gran impulso para conseguir sus más cercanos objetivos.

Los investigadores y pensadores en el tema de humanidades como la sociología, filosofía, psicología y lingüística a través de hipótesis y análisis sobre lo que se llama teoría de la comunicación, han hecho contribuciones importantes a través de una visión general de las ideas que ellos piensan sobre la comunicación entre las personas como un fenómeno social.

Si realizamos una reflexión profunda sobre este tema diremos que la comunicación es importante para todo ser vivo capaz de relacionarse con otro ser vivo, para que exista comunicación se necesita mínimo de dos actores.

“La comunicación es tan antigua como la vida misma y para todos nosotros nos es familiar, pues pertenece a lo más básico de la experiencia humana” (Novoa, 1980: 1).

Sin duda la comunicación destaca como importante ya que sin ella no se podría expresar y manifestar nuestros puntos de vista; tomando en cuenta siempre que la comunicación varía según el medio, es decir el medio interpersonal y tecnológico.

La aplicación de la comunicación es indispensable en todos los ámbitos de nuestro entorno en la vida social, familiar y negocios, todos esto a través de la expresión verbal o escrita.

Se comprende que la importancia de la comunicación aumenta a medida que un individuo siente que está progresando en sus actividades sociales y en su diario vivir

2.1.4.2 Tipos de comunicación

Según Idalberto Chiavenato, (2006: 110). “Comunicación es el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social”

A pesar de constituirse la comunicación en uno de los procesos más complejos e importantes del ser humano, es indispensable hacer mención que su forma de comunicación ha ido cambiado y progresando a pasos agigantados. Esto debido a la presencia de los avances tecnológicos.

Existen cuatro tipos de comunicación:

- Verbal.
- No verbal.
- Masiva.
- Gráfica

a) Verbal: es la principal forma de comunicación que utiliza el ser humano. Es aquella que se vale de la palabra para transmitir el mensaje, Puede ser escrita u oral. Entre estas tenemos: Conversaciones, cartas, memorandos, entrevistas, juntas, correo electrónico, páginas de internet etc.

“Los seres humanos nos comunicamos principalmente e forma oral, porque el lenguaje oral se aprende primero y quizá porque hablar es algo que podemos hacer automáticamente, sin exigencias de preparación previa y sin necesidad de equipos, métodos, medios o materiales especiales” (Novoa 1980: 9).

b) No verbal: la comunicación no verbal es de mucha importancia, a tal grado que a veces nuestra conducta, obedecen a mensajes que se reciben inconscientemente” (Novoa 1980: 14).

Es la que permite comunicar sin emitir palabras y sin escribir cosa alguna; existen acciones que se manifiestan como actividades de la comunicación no verbal y que interpretan igual importancia que la palabra y las ilustraciones. Se las puede manifestar por medio del movimiento corporal, postura, ademanes, gestos, colores, olores, sabores etc. Entre las características de la comunicación no verbal se encuentran el tono de voz, movimientos, expresiones faciales, contactos, etc.

En la comunicación no verbal se incluyen detalles como un apretón de manos fuerte, o llegar tarde todos los días al trabajo, son consideradas también una comunicación.

c) Masiva: "Los procesos de comunicación de los grupos están bajo la influencia de los medios de comunicación de masas, o bien directamente o bien, la más de las veces, a través de la mediación de los líderes de opinión" (Habermas, 1986: 271).

En este tipo de medios, un alto margen de individuos puede acceder y conocer sobre cierta información de interés colectiva, se constituye en la más rápida y eficaz de llegar con la información o mensaje, convirtiéndose en un nexo directo con la sociedad.

Los principales medios de comunicación masiva son:

- Prensa.
- Noticieros de radio y televisión.
- Revistas.
- Internet
- Cine

Todas estas a más de informar son medios expertos en educar, enseñar, opinar, informar, entretener, sociabilizar entre otras.

“Estos dispositivos de comunicación traen importantes consecuencias sociales, creando nuevas oportunidades para aprender, compartir, y descubrir, como nuevas formas de entretenimientos e información”. (Larrea, 2011: 144).

d) Gráfica: “La necesidad universal de información se satisface, mediante los sistemas de comunicación con que cuenta la organización” (Werther, 1993: 290)

La comunicación gráfica y las ilustraciones son complementos para la comunicación de tipo verbal, se refiere a que los apoyos gráficos son utilizados como una idea.

Las instituciones hacen uso de logotipos, iconos y otro tipo de gráficos para complementar la actividad de comunicación. Es importante combinar las ilustraciones con palabras bien seleccionadas para lograr el éxito de la comunicación. De igual forma, las fotografías, pinturas y obras de arte también tienen la función de comunicar, por medio de la imagen que transmiten.

Una de las más conocidas y representativas de comunicación gráfica en nuestro medio es las señales de tránsito en las carreteras o ciudades, dicen mucho sin una sola palabra, podemos saber sobre su significado solamente con ver un signo o un color

2.1.4.3 TIC's

En el mundo moderno la utilización de las TIC's Tecnología de la Información y la Comunicación ha permitido que los lazos comunicativos entre los seres humanos se les ejecute de una manera más eficiente y rápida, llevando siempre pendiente el desarrollo que la tecnología nos brinda día a día, a través de los diferentes medios como la internet, el msn, el correo electrónico y todas las fuentes de información virtual existentes en nuestro medio.

El mundo actual ha sido inundado por las tecnologías de la información y la comunicación involucrándose en cada una de las ramas de la sociedad a la cual pertenecemos.

Las TIC's son un conjunto de técnicas y dispositivos avanzados que integran funcionalidades de almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos, creadas con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los seres humanos.

“Trata sobre los mecanismos de integración que caracterizan a las redes como un modo particular de coordinación social, es decir, como un modo específico de estructurar los conflictos, resolver los problemas y tomar las decisiones”, Alfaraz Claudio (2006: 15).

Las TIC's son cada vez más empleadas para el apoyo y sistematización de todas las actividades. Gracias a ellas, la comunicación entre las personas se lo ha generado con más rapidez y facilidad de igual forma las organizaciones han obtenido significativos beneficios, entre los que caben indicar la mejora de sus operaciones, logrando llegar a una mayor cantidad de clientes, la optimización de sus recursos, la apertura a nuevos mercados, discernimiento de las necesidades de la clientela para brindarles un servicio de mejor calidad. En pocas palabras, las TIC's ha permitido lograr aumentar considerablemente su eficiencia.

“Más allá del impacto económico, se ha comprobado que las TIC's pueden ejercer efectos positivos en la sociedad en su conjunto, en áreas tales como eficiencia en la educación, entrega de servicios públicos y calidad de servicios de salud” katz, (2010: 20).

La utilización de herramientas digitales facilitara la comunicación, nos permitirá conseguir nuestros más cercanos objetivos y por supuesto brindar un servicio de calidad a nuestros públicos objetivos.

En los tiempos modernos existen una serie de dispositivos que permiten el intercambio de información y la comunicación entre los seres humanos. Facilitando considerablemente el comercio, la ciencia, la educación, el entretenimiento y más actividades cotidianas relacionadas al siglo moderno.

- Boletín electrónico.
- Correos electrónicos.
- M-mail.
- Webs.
- Blogs informativos.
- Redes sociales.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación no son otra cosa que un conjunto de herramienta, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información, para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos digitalizados.

2.1.4.4 Beneficios de las TIC's

La presencia de las tecnologías de la información y la comunicación ha permitido que el mundo de los negocios, el estudio y las relaciones sociales se lo ejecute de manera más rápida y a un menor costo, facilitando el estilo de vida de la mayoría de los seres humanos, esto gracias al universo digital.

“Más allá del impacto económico, se ha comprobado que las TIC's pueden ejercer efectos positivos en la sociedad en su conjunto, en áreas tales como eficiencia en la educación, entrega de servicios públicos y calidad de servicios de salud” katz, (2010: 20).

Llegar de una forma instantánea con información desde cualquier parte del mundo es lo que las TIC's han brindado al mundo de las oportunidades.

Entre sus ventajas más conocidas están:

- Inmaterialidad.
- Instantaneidad.
- Interactividad.
- Automatización de tareas.

Tabla N° 1. Beneficios de las Tic's

BENEFICIO	DESCRIPCIÓN
Inmaterialidad	El mundo digital permite hacer uso de información inmaterial, donde en pequeños soportes podemos acceder almacenar grandes cantidades de información ubicada en dispositivos lejanos. Dentro de estos tenemos discos duros, memorias externas, DVDs, CDs y más dispositivos.
Instantaneidad	Nos permite comunicarnos de manera instantánea y conseguir o enviar información a pesar de encontrarnos a kilómetros de la fuente original.
Interactividad	Se caracterizan por permitir la comunicación bidireccional, entre personas o grupos sin importar el lugar de donde proceda. Esta comunicación se realiza a través de páginas web, videoconferencias, foros, mensajería instantánea, correo electrónico, blogs entre otros sistemas existentes y que día a día nos permiten acceder de forma más confiable y rápida.
Automatización de tareas	Las TIC's han hecho fácil varios aspectos de la vida de las personas. Con la automatización de tareas podemos, por ejemplo, programar actividades que realizaran automáticamente los ordenadores con total seguridad y efectividad. Un trabajo de un profesional o un estudiante universitario o de escuela hoy en día es mucho más fácil gracias a sus herramientas tecnológicas.

Fuente: Rodríguez Judith Artículo TIC's.

Elaborado por: Nancy Mayorga

2.1.4.5 Ventajas

“Internet ha permitido el intercambio de bienes y servicios a través de la Red, es lo que conocemos como comercio electrónico. Este es un canal que abre la puerta a las empresas para vender en cualquier parte del mundo a la vez que permite abaratar costes en distribución”, Anetcom (2017: 14).

Las Tecnologías de la información y la comunicación TIC's, vinieron a revolucionar a la sociedad en todos sus ámbitos, ellas pueden favorecer y ejecutar una comunicación rápida y eficiente. Si se les da el uso de la manera correcta y orientada, puede ayudar a

desarrollar la capacidad del ser humano, además de un pensamiento sistémico y analítico. Tomando siempre en cuenta factores importantes como la socialización de las personas, ya que si bien es cierto estas facilitan la comunicación pero también pueden ocasionar anti socialismo en las familias, las parejas y el círculo social.

El uso de las nuevas tecnologías es importante en estos tiempos. Existen ventajas sobre la utilización de ellas, que nos ayuda, nos facilita y nos rediseña el estilo de vida, que en años pasados no se tenía pensado como un modo de vida. Sin embargo no sólo atrae beneficios a la sociedad sino también perjuicios. Aquí se presentan ventajas y desventajas respectivamente sobre el uso de las TICs.

Existe un sinnúmero de ventajas reconocibles torno a las relaciones existentes, la difusión de las tecnologías y las posibilidades que las entidades tienen que acceder a conocerlas y utilizarlas.

Sus principales ventajas son:

- Apoyo a las personas empresarias locales para presentar y vender sus productos a través de la Internet.
- Ofrecer nuevas alternativas laborales y de superación.
- Potenciar a las personas y actores sociales, a través de redes de apoyo e intercambio y lista de discusión.
- Brindar grandes beneficios y adelantos en todos los ámbitos.
- Permitir el aprendizaje interactivo y la educación a distancia.
- Impartir nuevos conocimientos para la empleabilidad que requieren muchas competencias.
- Dar acceso al flujo de conocimientos e información para empoderar y mejorar las vidas de las personas.
- Facilidades.
- Menores costos.

- Exactitud.
- Menores riesgos.
- Abre un espacio para la libre expresión.
- Promueve el instinto de investigación.

2.1.4.6 Desventajas

“Es posible poner prácticamente cualquier cosa en línea y difundir en cualquier ubicación con acceso a internet, pero el usuario tiene poca control sobre la calidad y precisión” Larrea Carlos (2011: 36).

Las TIC pueden ser utilizadas tanto como herramientas para la búsqueda, consulta y elaboración de información como para relacionarse y comunicarse con otras personas, es decir son instrumentos y materiales de construcción que facilitan el aprendizaje, el desarrollo de habilidades, sin embargo si no se lo da un uso correcto también puede convertirse en contraproducente en el desarrollo de las actividades.

Es muy real lo que se ha dicho que las TIC's tienen una incalculable importancia para el desarrollo de la sociedad actual, pero no todo funciona bien, se han detectado insuficiencias como consecuencias de la mal distribución de las TIC's entre los diferentes sectores de la sociedad.

Entre las desventajas que se pueden observar en la utilización de las tecnologías de información y comunicación son:

- Falta de privacidad.
- Aislamiento.
- Merma los puestos de trabajo.
- Algunas herramientas pueden ser utilizadas de forma negativa e impropia, como "robo" de información.
- En ciertas ocasiones el acceso a este tipo de herramientas puede ser caro y con un costo de mantenimiento bastante considerable.

- Fraude.
- Creación de dependencia a las TIC`s y generar que en caso de que por alguna razón no se pueda acceder a las mismas.
- Descontrol de la información que se maneja en la red.

2.1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1.5.1 Hipótesis

El manejo de archivo en la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba incidirá en la atención al usuario en el período julio a diciembre de 2014.

2.1.5.2 Variables

2.1.5.2.1 Variable Independiente

El manejo de archivo en la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba.

2.1.5.2.2 Variable Dependiente

Atención al cliente.

2.1.5.3 Operacionalización de las variables

Tabla N° 2. Operacionalización de las variables

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Variable Independiente: El manejo de archivo en la Unidad Oncológica Solca Riobamba.	Los procedimientos que permitan controlar el flujo documental de la empresa desde que se inicia hasta que finaliza. Esto es fundamental para satisfacer las necesidades expresadas e implícitas de información y uso de los documentos. (Novelle, 2012)	Procedimientos	Formas de archivo	Observación: ficha de observación
			Calidad de archivos	
		Flujo documental	Disponibilidad de información	Encuesta: cuestionario
		Uso de documentos	Tipo de documentos	
Variable Dependiente: Atención al cliente	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". (Serna, 2006)	Estrategias	Formas de atención al usuario	Observación: ficha de observación
		Necesidades y expectativas	Requerimientos del usuario	Entrevista: guía de entrevista
		Clientes externos	Número de clientes	

Elaborado por: Nancy Mayorga

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 MÉTODO

La presente investigación utilizó el método deductivo que permitió establecer el uso de estrategia para el correcto manejo del archivo en la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba y conocer la incidencia en la atención al cliente, es decir se analizaron los aspectos de carácter general para llegar a los particulares.

Se partió de la identificación del problema a investigar para determinar y comprobar los hechos reales que se evidencian en el desarrollo de la organización relacionada con el manejo de archivo y cómo estos incidieron en la atención que se brinda al público interno y externo.

3.2 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

- **Bibliográfica:** Porque el fundamento teórico utilizado tiene como referencia los contenidos de libros, revistas y páginas electrónicas que tratan sobre las variables de investigación.
- **De campo:** La aplicación de la observación y encuesta se realizó directamente en el sitio donde se investigan los hechos enfocados en el manejo de archivos y la atención al usuario.
- **Aplicada:** Al vincular la teoría con la práctica se elaboró un documento que, fundamentado en los criterios de autores especializados, presento criterios adecuados para el manejo de archivos y atención al usuario en la entidad.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 POBLACIÓN

La población investigada estuvo conformada por empleados de SOLCA y usuarios de los servicios.

Tabla N° 3. Población

OBJETO	N°
Director Ejecutivo	1
Secretarias de los departamentos	8
Usuarios	1.091
Total	1.100

Fuente: Archivo de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

3.3.2 MUESTRA

La muestra la integraron: el Director Ejecutivo, las 8 secretarias departamentales y 293 usuarios obtenidos a partir de la aplicación de la fórmula.

Fórmula de la muestra:

$$n = \frac{N}{e^2 N - 1 + 1}$$

$$n = \frac{1091}{0,05^2 * (1091 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{1091}{3,725}$$

$$n = 293$$

Tabla N° 4. Muestra

OBJETO	N°
Director Ejecutivo	1
Secretarias de los departamentos	8
Usuarios	293
Total	302

Fuente: Tabla N° 3
Elaborado por: Nancy Mayorga

La muestra total fue 302 personas.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas e instrumentos a utilizados fueron las siguientes:

- **Observación:** se utilizó una guía de observación para registrar aspectos relevantes de las variables investigadas.
- **Encuesta:** se aplicó encuestas estructuradas para establecer el criterio de:
 - ▶ Los usuarios en cuanto a la atención que reciben en la entidad; y,
 - ▶ Las secretarias sobre el manejo de los archivos.
- **Entrevista:** por medio de una guía de entrevista se obtuvo la opinión del Director Ejecutivo sobre la eficiencia del manejo de los archivos y la atención al cliente.

3.5 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE DATOS

- Tabulación de la información.
- Elaboración de cuadros y gráficos estadísticos utilizando el programa Microsoft Excel.
- Análisis e interpretación de los resultados

3.6 PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.6.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA UNIDAD ONCOLÓGICA SOLCA RIOBAMBA

Se aplicó una encuesta a los clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba con el objetivo de establecer su grado de satisfacción con los servicios ofertados por la entidad.

Sus resultados son los siguientes:

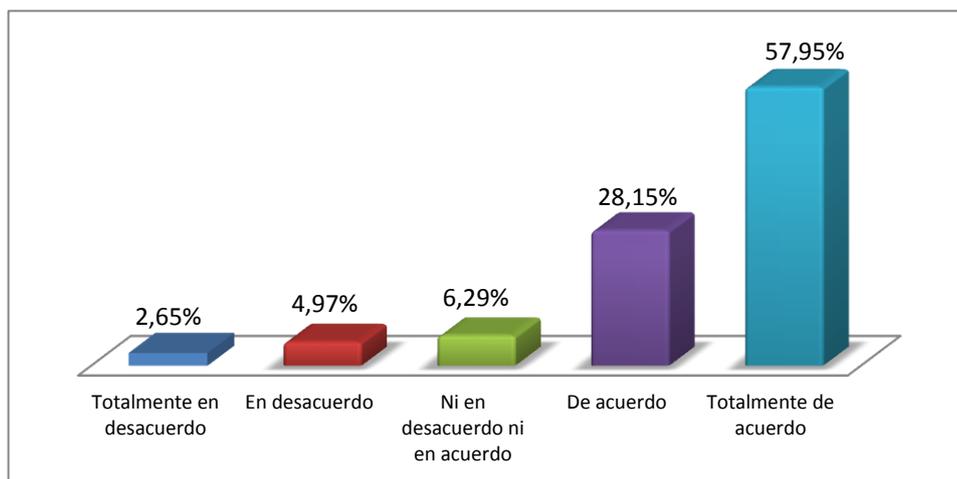
Pregunta N° 1.- ¿La Unidad realiza la labor esperada con seguridad y correctamente?

Tabla N° 5. Labor de la unidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	2,65%
En desacuerdo	15	4,97%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	19	6,29%
De acuerdo	85	28,15%
Totalmente de acuerdo	175	57,95%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 1. Labor de la unidad



Fuente: Tabla N° 5
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Del total de encuestados el 57,95% está totalmente de acuerdo que la Unidad realiza la labor esperada con seguridad y correctamente, el 28 % está de acuerdo, el 6% ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 5% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo.

- **Interpretación**

La Unidad, desde la perspectiva de los clientes externos, realiza su labor de la manera segura y correcta. Considerando que la Unidad sin embargo se necesita aplicar cambios que permitan brindar un servicio de calidad a los clientes y lograr los objetivos esperados.

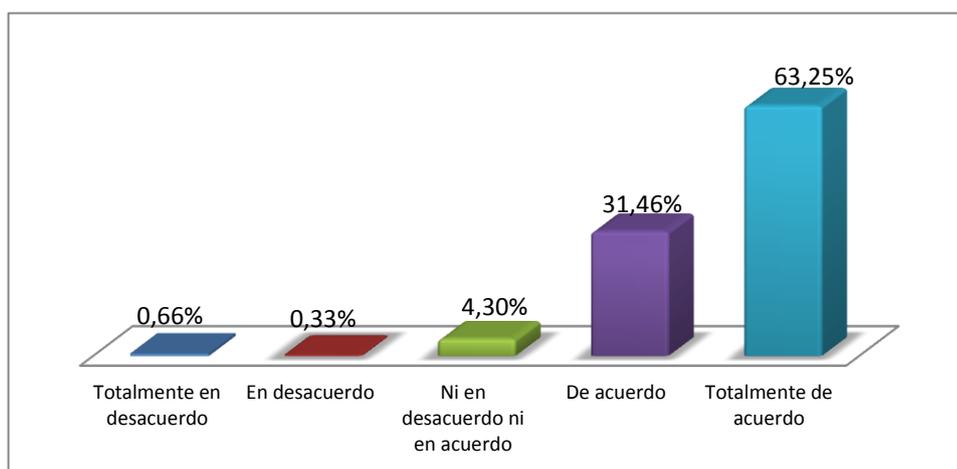
Pregunta N° 2. El personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios.

Tabla N° 6. Ayuda del personal a los usuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	0,66%
En desacuerdo	1	0,33%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	13	4,30%
De acuerdo	95	31,46%
Totalmente de acuerdo	191	63,25%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 2. Ayuda del personal a los usuarios



Fuente: Tabla N° 6
Elaborado por: Nancy Mayorga

• Análisis

Del total de encuestados el 63,25% está totalmente de acuerdo que el personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios; el 31,46% está de acuerdo; el 4,30% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 0,66% totalmente en desacuerdo; el 0,33% en desacuerdo.

• Interpretación

El porcentaje mayoritario corrobora que existe la predisposición de ayudar por parte del personal, sin embargo un grupo considerable de usuarios encuestados considera que se debería mejorar la ayuda por parte del personal de la institución, detalle que permitiría mejorar la imagen que el público tenga de la entidad.

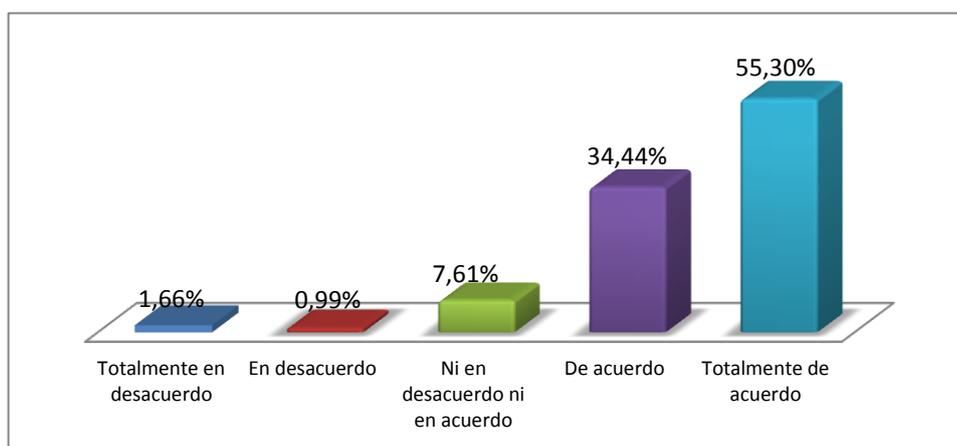
Pregunta N° 3. El trato del personal con los usuarios es considerado y amable

Tabla N° 7. Trato considerado y amable

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	1,66%
En desacuerdo	3	0,99%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	23	7,61%
De acuerdo	104	34,44%
Totalmente de acuerdo	167	55,30%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 3. Trato considerado y amable



Fuente: Tabla N° 7
Elaborado por: Nancy Mayorga

• Análisis

El 55,30% de encuestados está totalmente de acuerdo que el trato del personal con los usuarios es considerado y amable; el 34,44% está de acuerdo; el 7,61% ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 1,66% totalmente en desacuerdo y el 0,99% en desacuerdo.

• Interpretación

El porcentaje mayoritario evidencia que el trato hacia los usuarios por parte del personal es el adecuado, sin embargo aún quedan situaciones que no llenan las expectativas de todos los que acuden hasta la institución, por lo que se necesita aplicar cambios respectivos por el bien el completo desarrollo de la imagen corporativa.

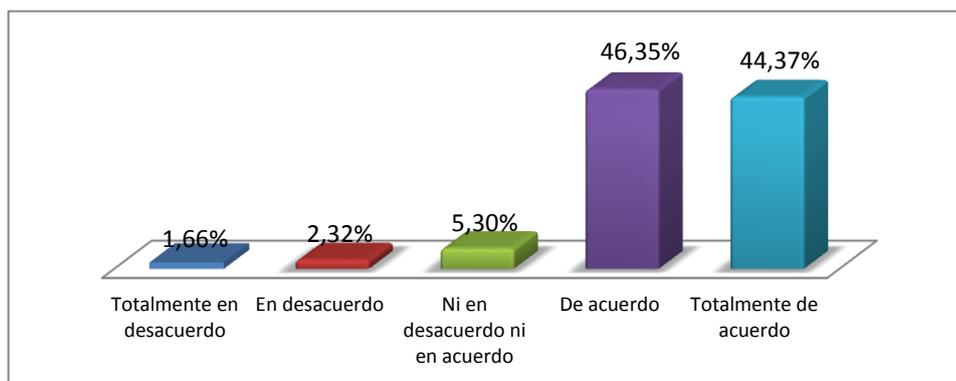
Pregunta N° 4. El personal está totalmente cualificado para las tareas que tiene que realizar y muestra adaptabilidad a las nuevas tecnologías.

Tabla N° 8. Personal cualificado

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	1,66%
En desacuerdo	7	2,32%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	16	5,30%
De acuerdo	140	46,35%
Totalmente de acuerdo	134	44,37%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 4. Personal cualificado



Fuente: Tabla N° 8
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Del total de usuarios encuestados el 46,35% está de acuerdo que el personal está totalmente cualificado para las tareas que tiene que realizar y muestra adaptabilidad a las nuevas tecnologías; el 44,37% está totalmente de acuerdo; el 5,30% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 2,32% en desacuerdo; el 1,66% totalmente en desacuerdo.

- **Interpretación**

Los usuarios consideran que el personal está cualificado para el cumplimiento de sus tareas tanto en los procesos como en la utilización de la tecnología requerida para el puesto, sin embargo también se puede poner en manifiesto que se debería hacer un mejor uso de las TIC's.

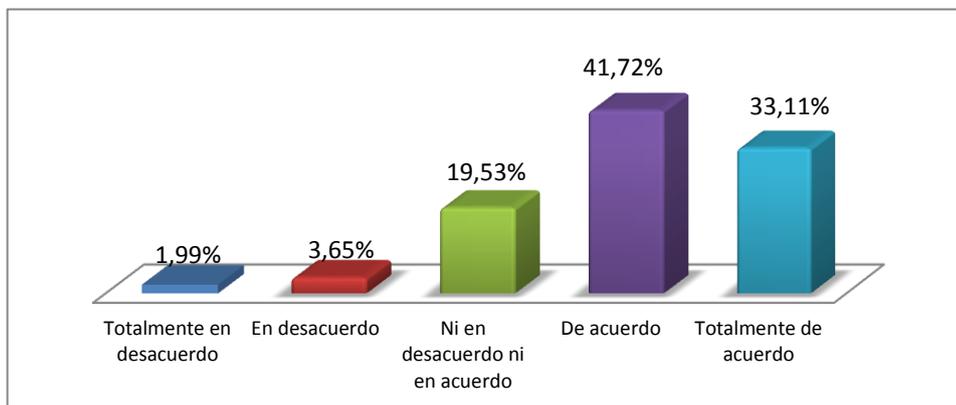
Pregunta N° 5. Cuando acude a la Unidad, está seguro que encontrará respuesta a sus requerimientos.

Tabla N° 9. Seguridad de respuesta a requerimientos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	1,99%
En desacuerdo	11	3,65%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	59	19,54%
De acuerdo	126	41,72%
Totalmente de acuerdo	100	33,11%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 5. Seguridad de respuesta a requerimientos



Fuente: Tabla N° 9
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 41,72% está de seguro que encontrará respuesta a sus requerimientos; el 33,11% totalmente de acuerdo; el 19,53% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 3,65% en desacuerdo; el 1,99% totalmente en desacuerdo.

- **Interpretación**

A pesar de que la mayoría de encuestados aprueba que las respuestas a los requerimientos son notables en la Unidad Oncológica, aún existe un grupo minoritario que opina que se debería implementar estrategias para cubrir esos pequeños vacíos que aún existen en las ventanillas de la Institución.

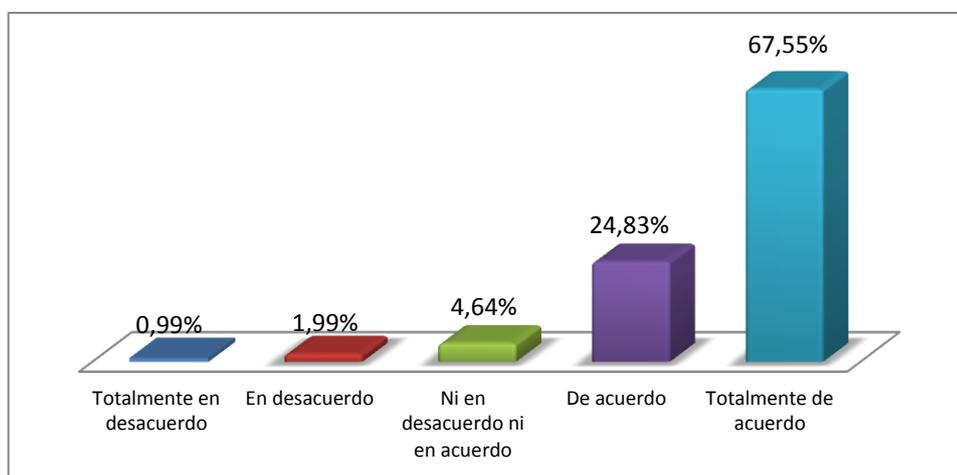
Pregunta N° 6. El personal da una imagen de honestidad y confianza

Tabla N° 10. Imagen de honestidad y confianza

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	0,99%
En desacuerdo	6	1,99%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	14	4,64%
De acuerdo	75	24,83%
Totalmente de acuerdo	204	67,55%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 6. Imagen de honestidad y confianza



Fuente: Tabla N° 10
Elaborado por: Nancy Mayorga

• Análisis

Del 100% de usuarios encuestados, el 67,55% está totalmente de acuerdo que el personal da una imagen confiable; el 24,83% está de acuerdo; el 4,64% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 1,99% en desacuerdo; el 0,99% totalmente en desacuerdo.

• Interpretación

La atención personalizada ha permitido que los encuestados den su opinión y que esta sea positiva para la labor del personal de la Unidad Oncológica, la confianza brindada es parte del éxito alcanzado sin embargo existe un porcentaje de encuestados que aun ven necesario el cambio en lo que a honestidad y confianza se refiere.

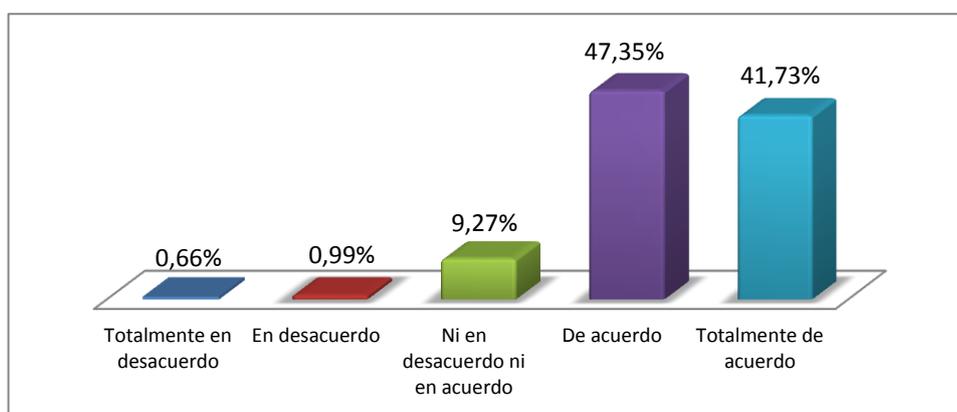
Pregunta N° 7. Cuando acude a la Unidad, no tiene problemas en contactarse con la persona que pueda responder a sus demandas.

Tabla N° 11. Problemas en contactarse

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	0,66%
En desacuerdo	3	0,99%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	28	9,27%
De acuerdo	143	47,35%
Totalmente de acuerdo	126	41,73%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 7. Problemas en contactarse



Fuente: Tabla N° 11
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

De los usuarios encuestados, el 47,35% está de acuerdo que no tiene problemas en contactarse con la persona que pueda responder a sus demandas, el 41,73% totalmente de acuerdo; el 9,27% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 0,99% en desacuerdo; el 0,66% totalmente en desacuerdo.

- **Interpretación**

La mayoría de encuestados no tiene problemas con el personal de la Unidad Oncológica para satisfacer sus requerimientos, a pesar de ello se considera necesaria poner atención a los grupos menores que dan su punto de vista y que no están muy de acuerdo con lo planteado.

Pregunta N° 8. Considera adecuado el horario establecido de atención al cliente.

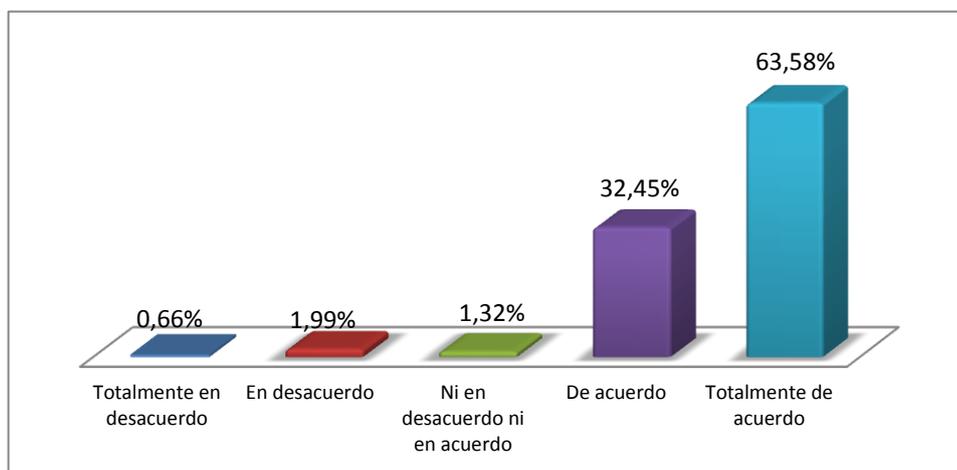
Tabla N° 12. Horario adecuado

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	0,66%
En desacuerdo	6	1,99%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	4	1,32%
De acuerdo	98	32,45%
Totalmente de acuerdo	192	63,58%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba

Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 8. Horario adecuado



Fuente: Tabla N° 12

Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 63,58% está totalmente de acuerdo con el horario establecido para la atención al cliente; el 32,45% de acuerdo; el 1,99% en desacuerdo; el 1,32% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 0,66% totalmente en desacuerdo.

- **Interpretación**

El horario de atención se considera adecuado por los usuarios porque les permite satisfacer sus necesidades cuando acuden a las instalaciones de la Unidad Oncológica en la ciudad de Riobamba, en menor proporción opinan que el horario debería modificarse.

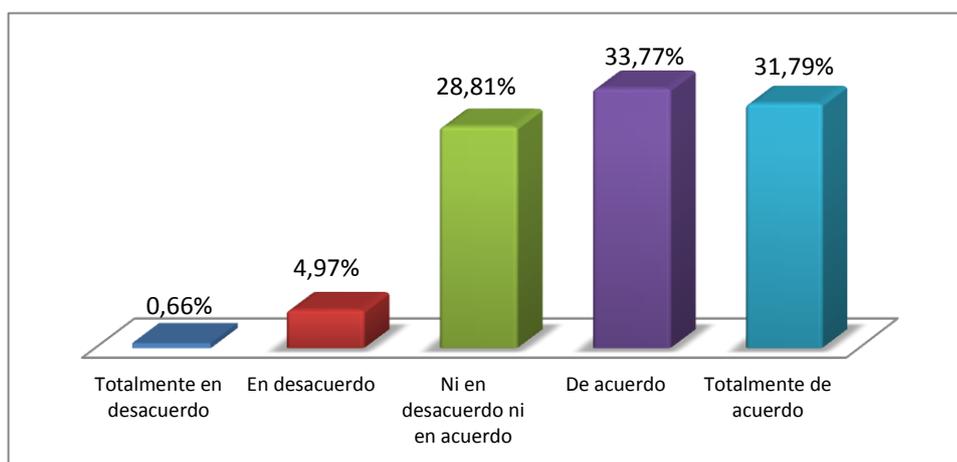
Pregunta N° 9. Se informa de una manera clara y comprensible a los usuarios

Tabla N° 13. Información clara y comprensible

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	0,66%
En desacuerdo	15	4,97%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	87	28,81%
De acuerdo	102	33,77%
Totalmente de acuerdo	96	31,79%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 9. Información clara y comprensible



Fuente: Tabla N° 13
Elaborado por: Nancy Mayorga

• Análisis

El 33,77% está de acuerdo que se informa de una manera clara y comprensible a los usuarios; el 31,79% está totalmente de acuerdo; el 28,81% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 4,97% en desacuerdo; el 0,66% totalmente en desacuerdo.

• Interpretación

De las respuestas obtenidas se observa que la información que reciben los usuarios de SOLCA Riobamba es clara y comprensible, esto indica que se está realizando una buena gestión interna enfatizando el servicio a satisfacer siempre los requerimientos de los usuarios pero no se debe obviar la opinión negativa de algunas personas.

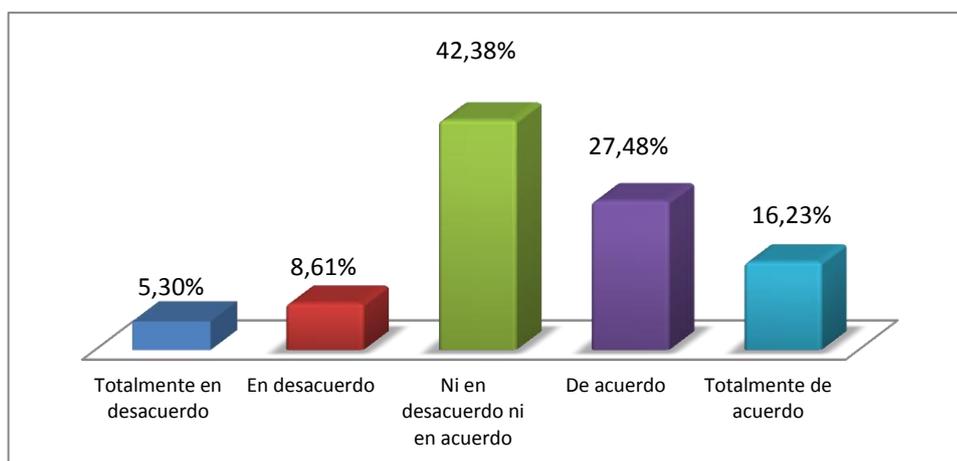
Pregunta N° 10. La Unidad recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios

Tabla N° 14. Forma adecuada de recoger quejas y sugerencias

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	16	5,30%
En desacuerdo	26	8,61%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	128	42,38%
De acuerdo	83	27,48%
Totalmente de acuerdo	49	16,23%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 10. Forma adecuada de recoger quejas y sugerencias



Fuente: Tabla N° 14
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 42,38% de usuarios demuestra no estar en desacuerdo ni en acuerdo sobre la forma adecuada de recoger quejas y sugerencias; el 27,58% está de acuerdo; el 16,23% totalmente de acuerdo; el 8,61% en desacuerdo; el 5,30% totalmente en desacuerdo.

- **Interpretación**

Las opiniones de los usuarios encuestados indican que debe mejorarse los procesos de recepción de quejas y sugerencias, con el fin de mejorar el servicio en la unidad Oncológica Riobamba. Hay que recalcar que el conocer la opinión de quienes utilizan los servicios no solo beneficia al cliente sino a la institución en general.

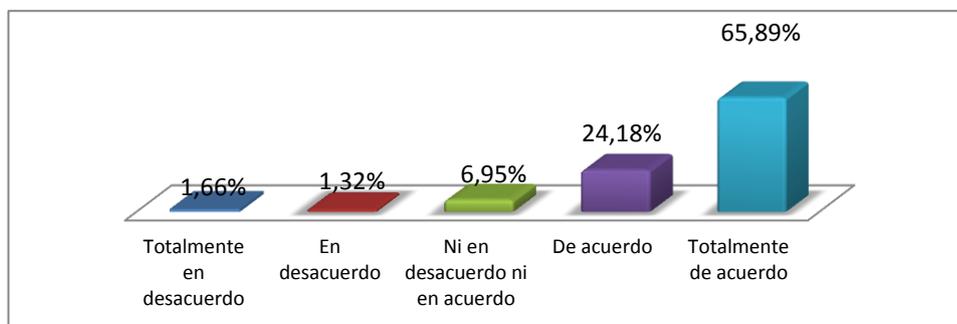
Pregunta N° 11. El personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo

Tabla N° 15. Materiales suficientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	1,66%
En desacuerdo	4	1,32%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	21	6,95%
De acuerdo	73	24,18%
Totalmente de acuerdo	199	65,89%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 11. Materiales suficientes



Fuente: Tabla N° 15
Elaborado por: Nancy Mayorga

• **Análisis**

El 65,89% de encuestados está totalmente de acuerdo que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo; el 24,18% está de acuerdo; el 6,95% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 1,66% totalmente en desacuerdo; el 1,32% en desacuerdo.

• **Interpretación**

El criterio de la mayoría de usuarios indica que existe una buena asignación de recursos materiales para que los empleados cumplan con sus funciones y puedan brindar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los usuarios. Esto evidencia que las autoridades se preocupan porque en todos los departamentos de la entidad se cuente con los insumos adecuados.

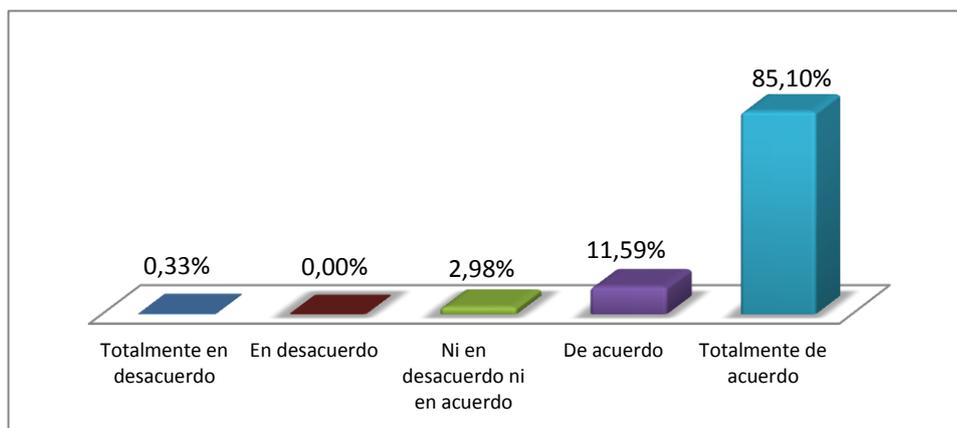
Pregunta N° 12. El personal dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo (equipos informáticos y de otro tipo)

Tabla N° 16. Tecnología adecuada

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	0,33%
En desacuerdo	0	0,00%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	9	2,98%
De acuerdo	35	11,59%
Totalmente de acuerdo	257	85,10%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 12. Tecnología adecuada



Fuente: Tabla N° 16
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 85,10% de encuestados está totalmente de acuerdo que el personal dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo; el 11,59% de acuerdo; el 2,8% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 0,33% totalmente en desacuerdo.

- **Interpretación**

La tecnología es de gran importancia porque agiliza el servicio al mantener una red interna de información, permitiendo que se atienda con rapidez al usuario. Cabe recalcar que es necesario mantener actualizados los equipos y programas informáticos para que la atención se realice bajo estándares de calidad.

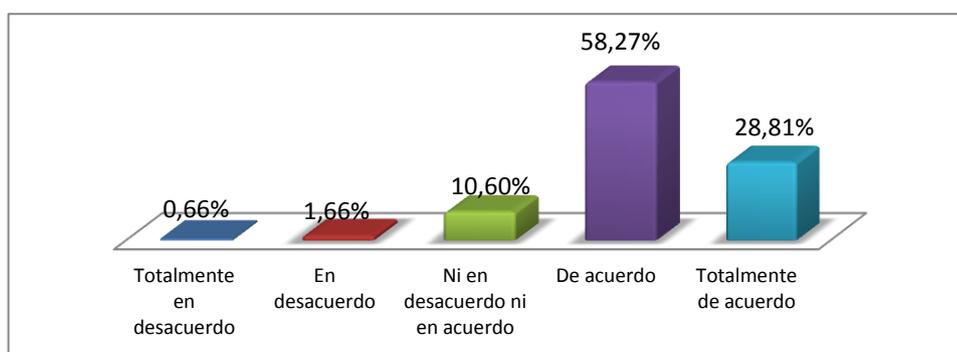
Pregunta N° 13. El personal dispone de los medios adecuados de comunicación que faciliten su labor dentro de la entidad.

Tabla N° 17. Medios adecuados de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	0,66%
En desacuerdo	5	1,66%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	32	10,60%
De acuerdo	176	58,27%
Totalmente de acuerdo	87	28,81%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 13. Medios adecuados de comunicación



Fuente: Tabla N° 17
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 58,27% de encuestados está de acuerdo que el personal dispone de los medios adecuados de comunicación que faciliten su labor dentro de la entidad; el 28,81% está totalmente de acuerdo; el 10,60% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 1,66% en desacuerdo; el 0,66% totalmente en desacuerdo.

- **Interpretación**

Los usuarios opinan que los medios de comunicación que utilizan los empleados apoyan que ellos puedan cumplir con su trabajo. Es importante recalcar que la comunicación interna permite que se conozcan aspectos internos como la disponibilidad de turnos para la atención médica, resultados de exámenes de laboratorio, actividades a realizarse, etc.

Pregunta N° 14. Se conocen los intereses y necesidades de los usuarios

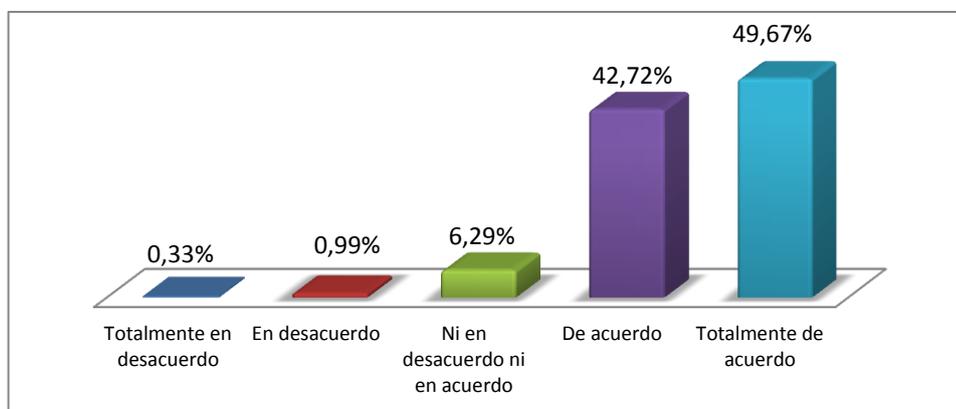
Tabla N° 18. Conocimiento de intereses y necesidades de usuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	0,33%
En desacuerdo	3	0,99%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	19	6,29%
De acuerdo	129	42,72%
Totalmente de acuerdo	150	49,67%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba

Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 14. Conocimiento de intereses y necesidades de usuarios



Fuente: Tabla N° 18

Elaborado por: Nancy Mayorga

• Análisis

El 49,67% de usuarios está totalmente de acuerdo que conocen sus intereses y necesidades; el 42,72% está de acuerdo; el 6,29% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 0,99% en desacuerdo; el 0,33% totalmente en desacuerdo.

• Interpretación

A pesar de existir un porcentaje alto de encuestados que manifiestan que existe el interés por las necesidades de los usuarios, es relevante que se analicen las opiniones de aquellas personas que consideran que tanto los empleados como la institución deben mejorar para que conozcan cuáles son las necesidades de los usuarios y las atiendan adecuadamente.

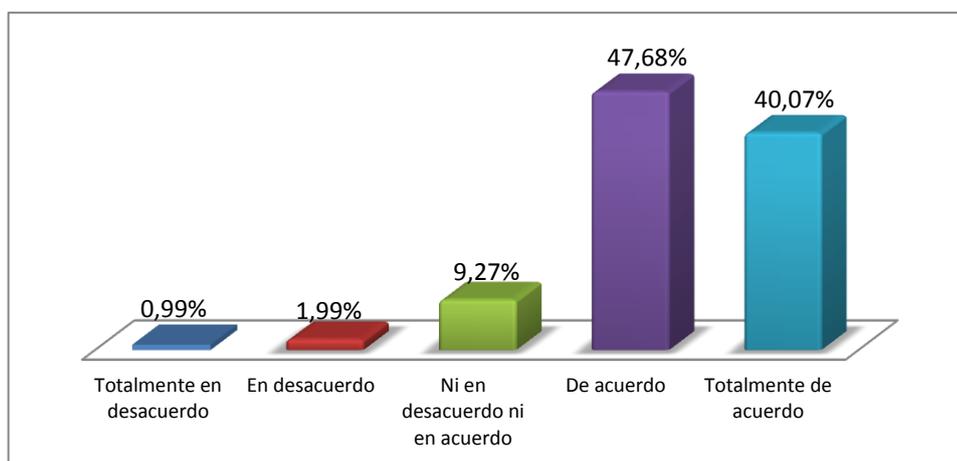
Pregunta N° 15. La Unidad da respuesta rápida a las necesidades y problemas de los usuarios.

Tabla N° 19. Respuesta rápida a necesidades y problemas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	0,99%
En desacuerdo	6	1,99%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	28	9,27%
De acuerdo	144	47,68%
Totalmente de acuerdo	121	40,07%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 15. Respuesta rápida a necesidades y problemas



Fuente: Tabla N° 19
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 47,68% está de acuerdo que se da respuesta rápida a necesidades y problemas, el 40,07% totalmente de acuerdo; el 9,27% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 1,99% en desacuerdo; el 0,99% totalmente en desacuerdo.

- **Interpretación**

La mayoría de encuestados está de acuerdo con la atención recibida en SOLCA en cuanto a satisfacer sus necesidades y problemas. Esta opinión es un indicador que los empleados se preocupan por cumplir con sus funciones de manera que los usuarios reciban la mejor atención.

Pregunta N° 16. La opinión de otros usuarios sobre el servicio es buena.

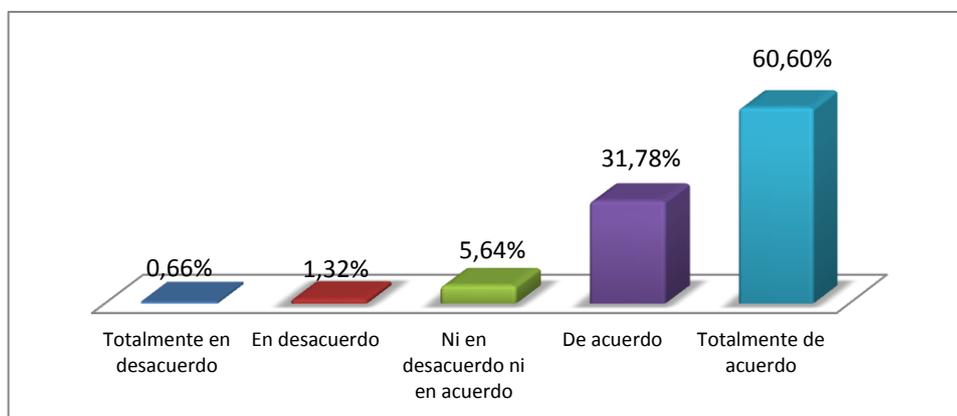
Tabla N° 20. Buena opinión de otros usuarios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	0,66%
En desacuerdo	4	1,32%
Ni en desacuerdo ni en acuerdo	17	5,64%
De acuerdo	96	31,78%
Totalmente de acuerdo	183	60,60%
Total	302	100,00%

Fuente: Encuesta a clientes de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba

Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 16. Buena opinión de otros usuarios



Fuente: Tabla N° 20

Elaborado por: Nancy Mayorga

• Análisis

El 60,60% de encuestados está totalmente de acuerdo con la opinión de otros usuarios quienes califican como bueno es servicio; el 31,78% está de acuerdo; el 5,64% ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 1,32% en desacuerdo; el 0,66% totalmente en desacuerdo.

Interpretación

De las respuestas obtenidas se observa un alto grado de aceptación sobre la opinión de otras personas, lo que demuestra que los usuarios suelen conversar entre ellos sobre la atención que reciben, por tanto es importante que se apliquen periódicamente técnicas de recolección de información para conocer los criterios de los usuarios respecto al servicio.

3.6.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS EMPLEADOS DE LA UNIDAD ONCOLÓGICA SOLCA RIOBAMBA

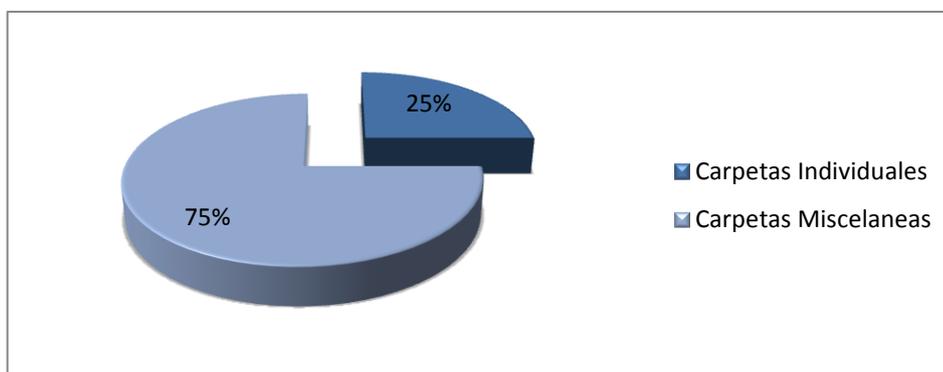
Pregunta N° 1. Usted archiva los documentos en:

Tabla N° 21. Archivo de documentos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Carpetas Individuales	2	25,00
Carpetas Misceláneas	6	75,00
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 17. Archivo de documentos



Fuente: Tabla N° 21
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Según el 75% de encuestados archiva los documentos en carpetas misceláneas, el 25% hace uso de carpetas individuales.

- **Interpretación**

Las formas de archivo dependen de las necesidades de información y también del tipo de documentos a resguardar. El porcentaje mayoritario manifiesta que los documentos se archivan en carpetas misceláneas, debido a que se puede ahorrar espacio y el personal sabe cómo es el método de la utilización, sin embargo el porcentaje menor hace uso de carpetas individuales. Esto indica que no se ha estandarizado el archivo de documentos.

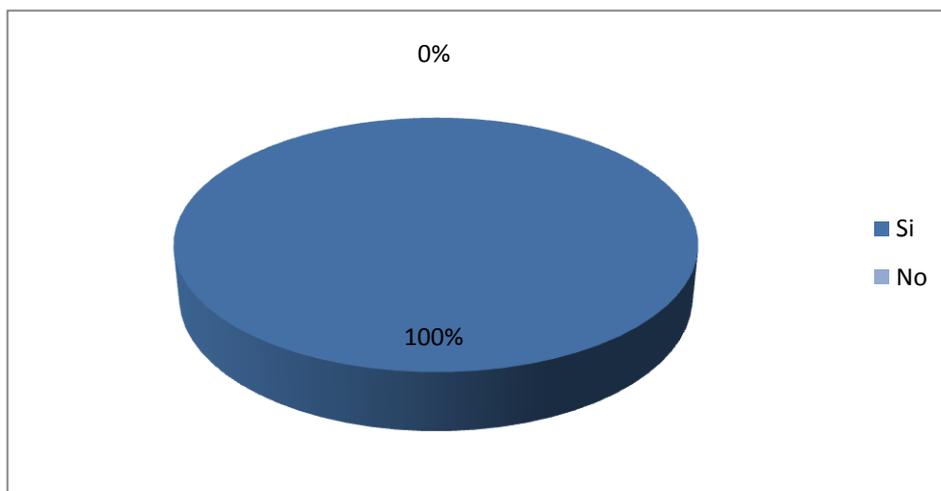
Pregunta N° 2. ¿Utiliza guías y rótulos para identificar la información de los archivos?

Tabla N° 22. Identificación de información

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	100,00
No	0	0,00
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 18. Identificación de información



Fuente: Tabla N° 21
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 100% de empleados utiliza guías y rótulos para identificar la información de los archivos.

- **Interpretación**

El mantener un mismo método para identificar la información permite que el personal encargado del archivo en los diferentes departamentos de la Unidad Oncológica Riobamba obtenga los documentos cuando sean requeridos porque tienen un registro de así como la descripción sintetizada del tipo de documentos y la información que contiene.

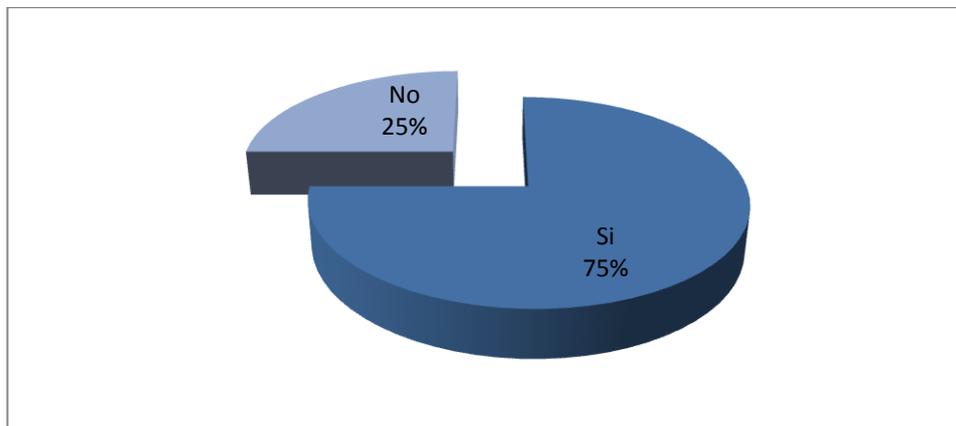
Pregunta N° 3. ¿Se encuentra disponible, de manera permanente, la información solicitada por los usuarios?

Tabla N° 23. Disponibilidad de la información

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	75,00
No	2	25,00
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 19. Disponibilidad de la información



Fuente: Tabla N° 23
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Según el 75% de empleados encuestados, la información solicitada por los usuarios se encuentra disponible de manera permanente, para el 25% no.

- **Interpretación**

Los usuarios suelen solicitar información relativa a su situación médica personal por tanto la información está disponible para que la persona que la solicita la obtenga de manera inmediata, según lo indica la mayoría de empleados, sin embargo, por la respuesta de algunos empleados se evidencia que no es generaliza esta disponibilidad, lo que afecta la calidad del servicio y la satisfacción del usuario que acude a SOLCA Riobamba.

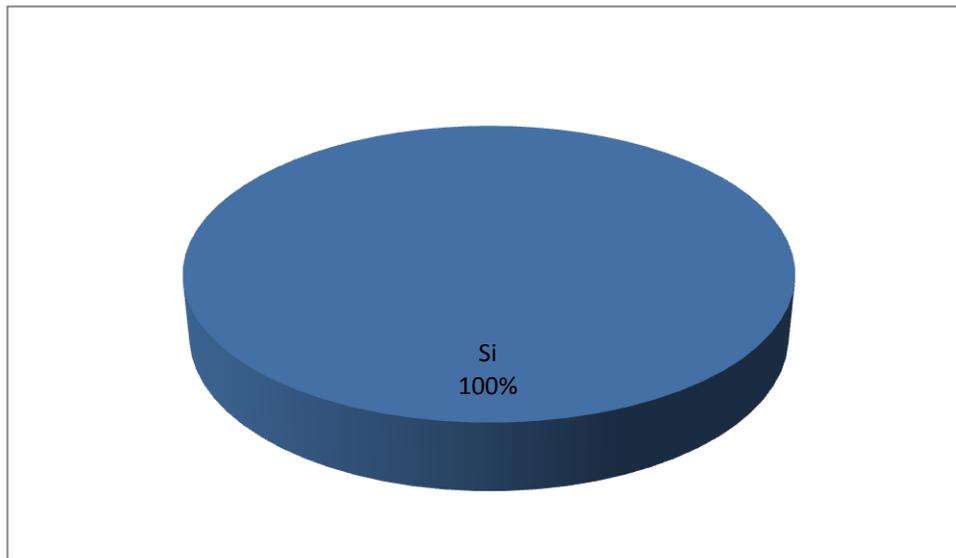
Pregunta N° 4. ¿Se mantiene un registro cronológico de documentos entregados?

Tabla N° 24. Registro cronológico de documentos entregados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	100,00
No	0	0,00
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 20. Registro cronológico de documentos entregados



Fuente: Tabla N° 24
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 100% de empleados indica que se mantiene un registro cronológico de documentos entregados.

- **Interpretación**

El registro cronológico de documentos es una política de archivo que se aplica en todos los departamentos de SOLCA Riobamba para controlar de manera permanente la información que se entrega a sus clientes.

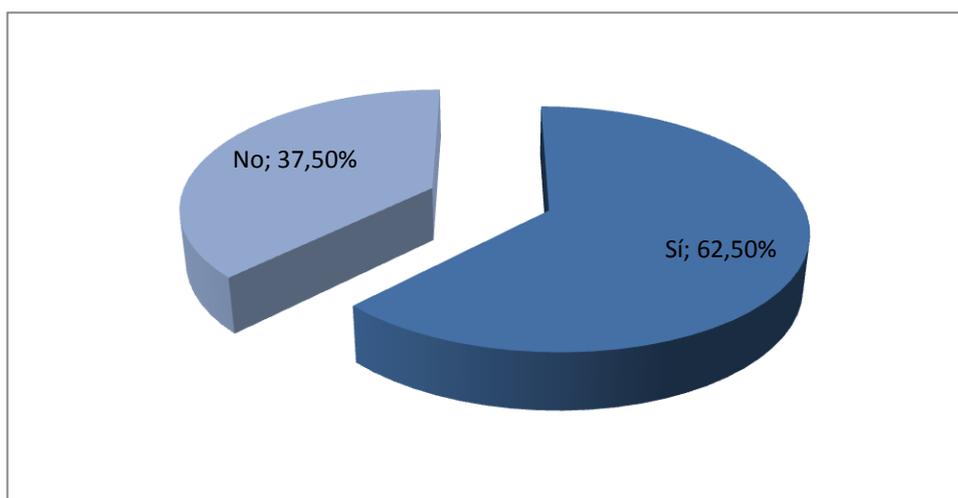
Pregunta N° 5. En caso de pérdida de algún documento ¿se da pronta solución al problema?

Tabla N° 25. Solución a la pérdida de documentos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	62,50
No	3	37,50
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 21. Solución a la pérdida de documentos



Fuente: Tabla N° 25
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 62,50% de encuestados indica que ante la pérdida de un documentos sí se da pronta solución, para el 37,50% no.

- **Interpretación**

Los documentos elaborados en los diferentes departamentos de SOLCA Riobamba son custodiados hasta su envío o archivo definitivo, a pesar de ello suelen presentarse casos en que algún documento se pierde, ante esta circunstancia los empleados dan una pronta solución. Esta opinión no es generalizada pues según un grupo de empleados existe demora en recuperar el documento o en elaborar otro que lo sustituya.

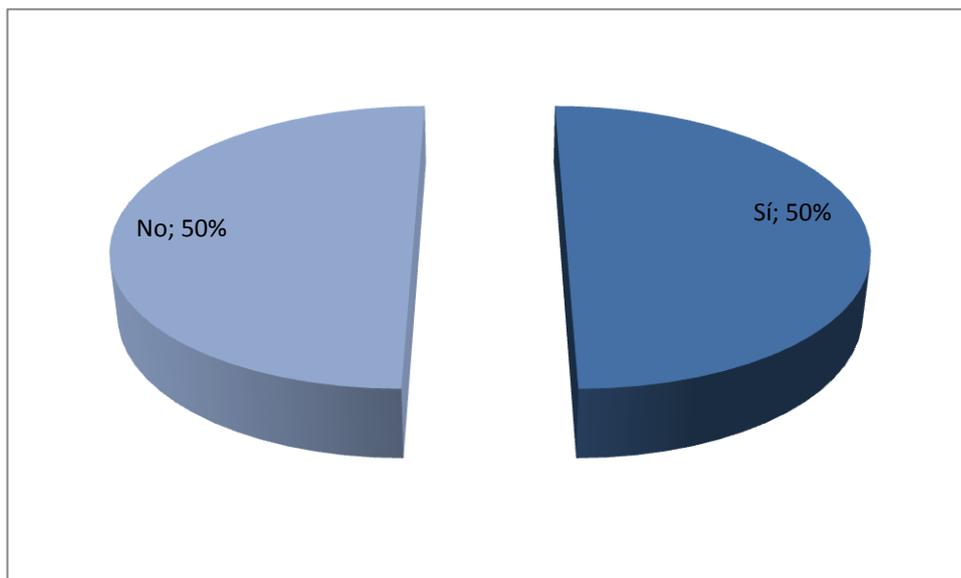
Pregunta N° 6. ¿Se mantiene un registro de reclamos con las gestiones realizadas para solucionarlos?

Tabla N° 26. Registro de reclamos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	50,00
No	4	50,00
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 22. Registro de reclamos



Fuente: Tabla N° 26
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Según el 50% de empleados sí se mantiene un registro de reclamos con las gestiones realizadas para solucionarlos, en igual porcentaje opinan que no.

- **Interpretación**

Los resultados indican una opinión dividida en cuanto al registro de reclamos y sus soluciones. Mientras un grupo de empleados aplica este sistema otro no lo hace. Esto demuestra que no se existe una política interna que regule el manejo de los reclamos presentados por los usuarios del servicio de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba.

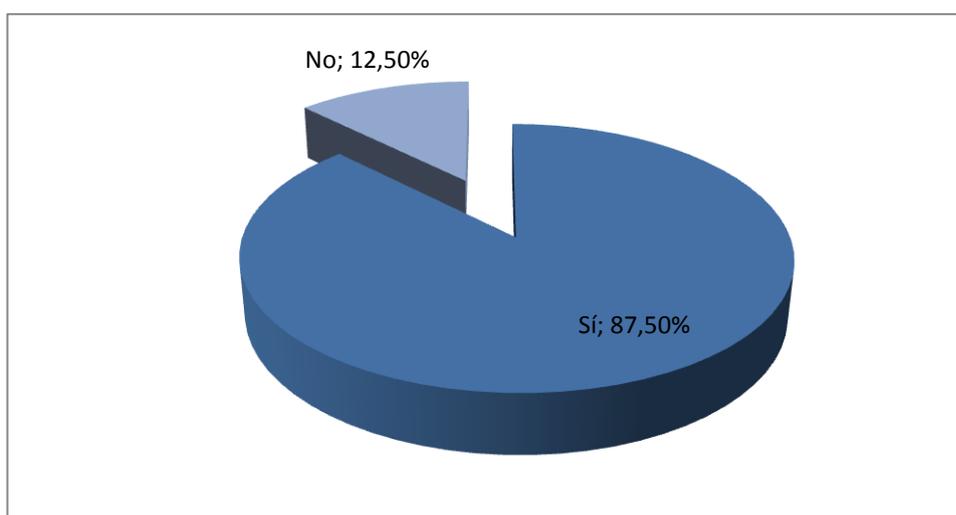
Pregunta N° 7. ¿Se digitaliza la información que se maneja en cada uno de los departamentos?

Tabla N° 27. Digitalización de la información departamental

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	87,50
No	1	12,50
Total	8	100

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 23. Digitalización de la información departamental



Fuente: Tabla N° 27
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Para el 87,50% de empleados sí se digitaliza la información que se maneja en cada uno de los departamentos, para el 12,50% no.

- **Interpretación**

La eficiencia del archivo en la actualidad requiere que toda la información se mantenga en los archivos físicos y digitales para garantizar su permanencia y obtención cuando se la requiera. En SOLCA, la información se digitaliza para compartirla con los otros departamentos, o instituciones a las cuales presta sus servicios.

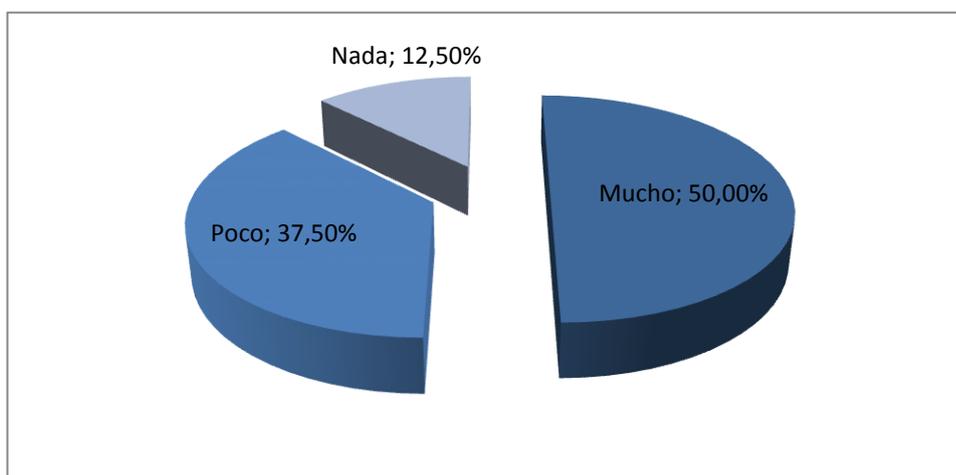
Pregunta N° 8. ¿Qué grado de conocimiento tiene usted sobre la administración de archivo?

Tabla N° 28. Conocimiento sobre la administración de archivo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	4	50,00
Poco	3	37,50
Nada	1	12,50
Total	8	100

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 24. Conocimiento sobre la administración de archivo



Fuente: Tabla N° 28
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Del total de encuestados, el 50% indica que tiene mucho conocimiento sobre la administración de archivo; el 37,50% poco y el 12,50% nada.

- **Interpretación**

La administración del archivo requiere a la par de la experiencia el conocimiento. En el caso del personal encargado del archivo en los diferentes departamentos de SOLCA Riobamba, según las respuestas obtenidas en la encuesta, es necesaria la capacitación para que todo el personal tenga el conocimiento sobre los diferentes procesos de archivo.

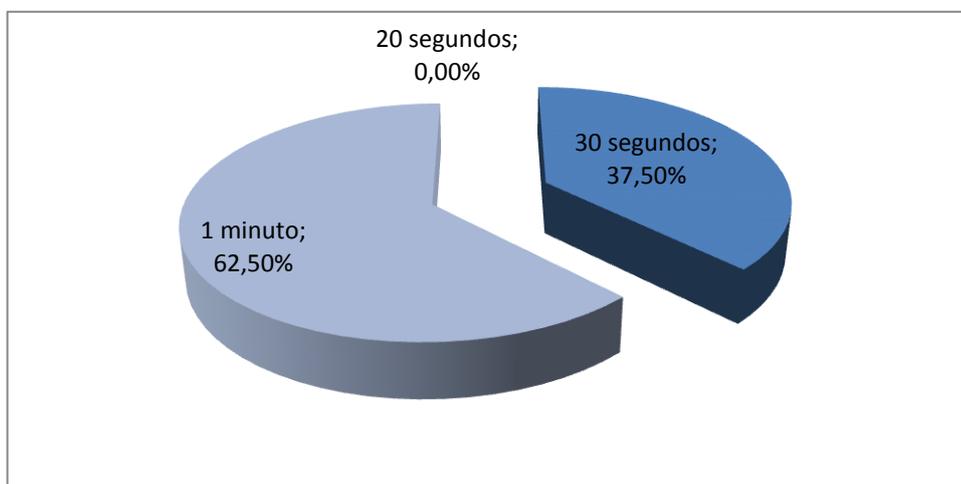
Pregunta N° 9. ¿Qué tiempo utiliza usted en buscar un documento archivado?

Tabla N° 29. Tiempo para buscar un documento

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
20 segundos	0	0,00
30 segundos	3	37,50
1 minuto	5	62,50
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 25. Tiempo para buscar un documento



Fuente: Tabla N° 29
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Según el 62,50% de encuestados, el tiempo que utiliza para buscar un documento es 1 minuto, para el 37,50%, treinta segundos.

- **Interpretación**

De las respuestas obtenidas se deduce que los empleados requieren entre treinta y sesenta segundos en obtener un documento archivado,

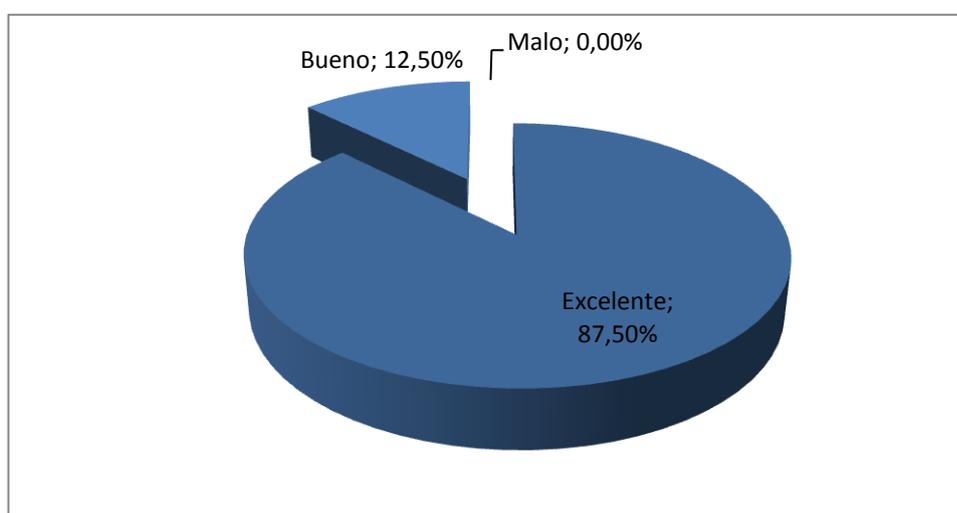
Pregunta N° 10. ¿El ambiente de trabajo en el que se desempeña es?

Tabla N° 30. Ambiente de trabajo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	7	87,50
Bueno	1	12,50
Malo	0	0,00
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 26. Ambiente de trabajo



Fuente: Tabla N° 30
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Para el 87,50% de encuestados el ambiente de trabajo en el cual se desempeña es excelente, para el 12,50% es bueno.

- **Interpretación**

Un ambiente laboral óptimo requiere de un espacio físico adecuado con equipos e insumos que permitan al empleado realizar su trabajo y mantener relaciones interpersonales positivas sus compañeros de trabajo y los usuarios del servicio. La mayoría de empleados opina que el ambiente de trabajo en todos los departamentos de la Unidad Oncológica Riobamba es excelente permitiéndoles desempeñarse adecuadamente.

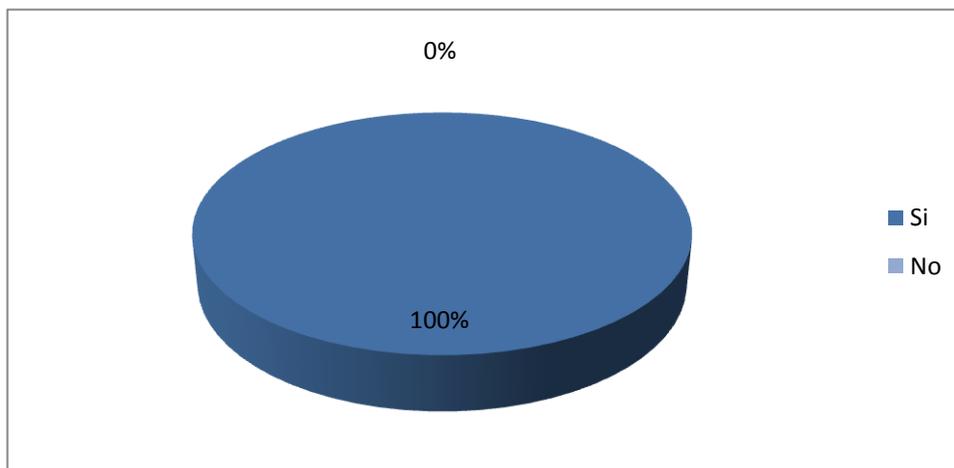
Pregunta N° 11. ¿Existe apertura por parte de los jefes superiores para la modernización del sistema de archivo?

Tabla N° 31. Apertura para modernizar el sistema de archivo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	100,00
No	0	0,00
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 27. Apertura para modernizar el sistema de archivo



Fuente: Tabla N° 31
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Para el 100% de encuestados, existe apertura de los jefes superiores para la modernización del sistema de archivo.

- **Interpretación**

La modernización del archivo no es decisión de los subalternos, se requiere de la decisión de los jefes superiores. En SOLCA es evidente que el Gerente, como responsable de la gestión de la institución brinde apertura para la mejora de aspectos administrativos, tal es el caso del manejo de archivo, por considerar que la modernización apoyará a mejorar la calidad del servicio.

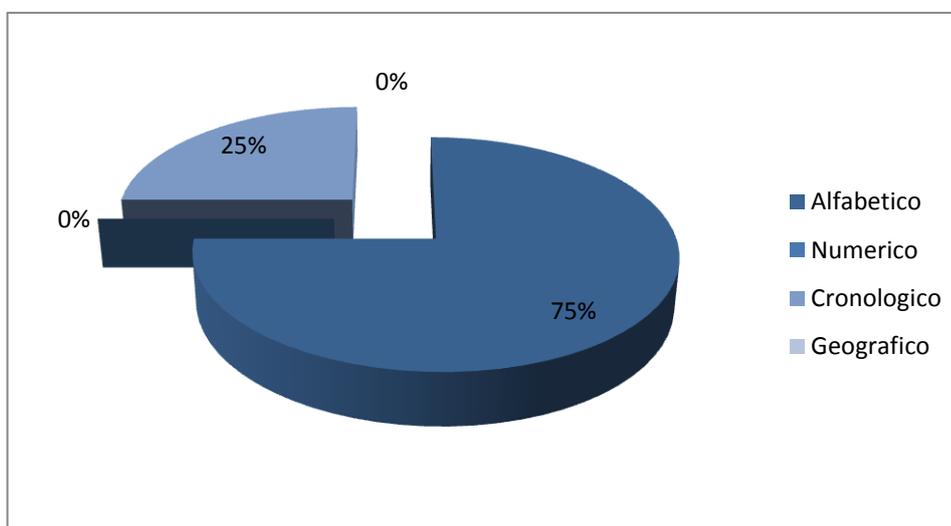
Pregunta N° 12. Seleccione el tipo de archivo que aplica usted en su Departamento.

Tabla N° 32. Tipo de archivo departamental

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alfabético	6	75,00
Numérico	0	0,00
Cronológico	2	25,00
Geográfico	0	0,00
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 28. Tipo de archivo departamental



Fuente: Tabla N° 32
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

Según el 75% de empleados encuestados, el tipo de archivo que utilizan en su departamento es el alfabético; para el 25% el cronológico.

- **Interpretación**

La unidad Oncológica Riobamba hace uso de los archivos alfabéticos y cronológicos, esto le permite mayor rapidez en sus servicios y la satisfacción de los clientes, esto según su personal en las encuestas, es decir que no hacen uso del geográfico y numérico.

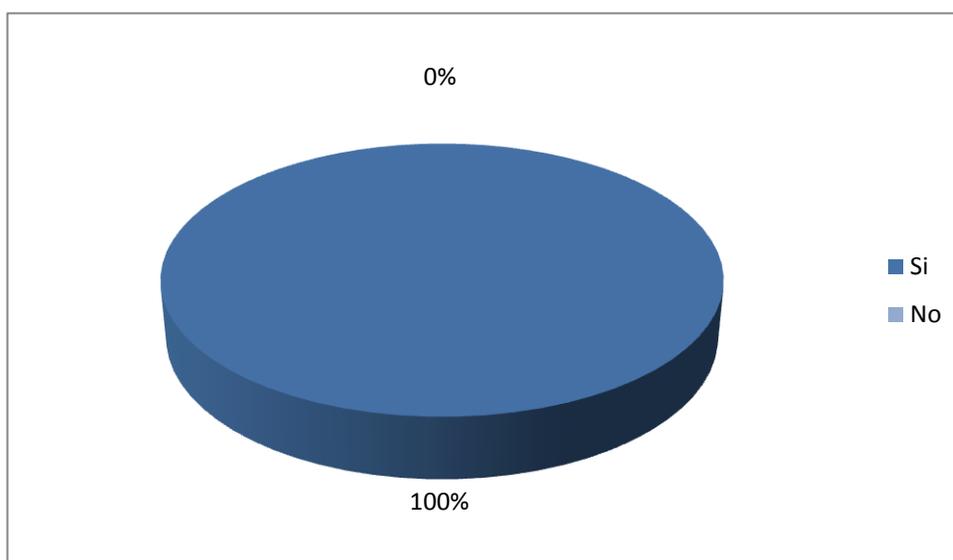
Pregunta N° 13. ¿Considera Ud. que es necesaria la aplicación de nuevos sistemas de archivo en la Unidad?

Tabla N° 33. Nuevos sistemas de archivo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	100,00
No	0	0,00
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 29. Nuevos sistemas de archivo



Fuente: Tabla N° 33
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 100% de encuestados opina que es necesaria la aplicación de nuevos sistemas de archivo en la Unidad.

- **Interpretación**

El personal encuestado manifiesta el deseo que el archivo sea cambiado y se utilice la digitalización y las TIC's, esto permitirá modernizar el sistema de manejo de información y garantizará eficacia en el servicio para lograr mayor satisfacción de quienes día a día acuden hasta las instalaciones de SOLCA Riobamba.

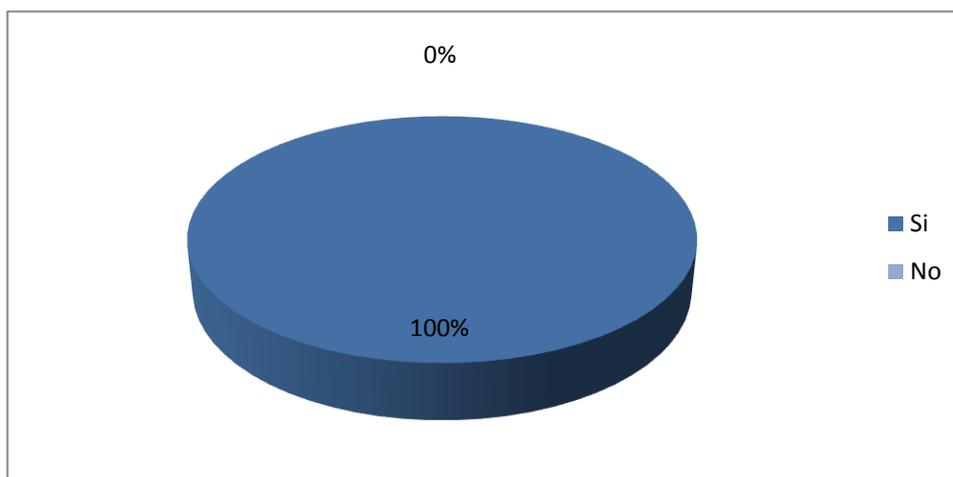
Pregunta N° 14. ¿Considera que es importante la capacitación y formación del personal en el tema de la gestión documental?

Tabla N° 34. Capacitación y formación en gestión documental

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	100,00
No	0	0,00
Total	8	100,00

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 30. Capacitación y formación en gestión documental



Fuente: Tabla N° 34
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 100% de encuestados considera que es importante la capacitación y formación del personal sobre gestión documental.

- **Interpretación**

Todo el personal encargado del archivo considera importante su capacitación y formación en lo que se refiere a gestión documental, la actualización de ideas y conocimientos siempre será un tema a favor de la entidad a la que se representa y la Unidad Oncológica necesita de permanente actualización y modernización esto por el bien de la marca SOLCA.

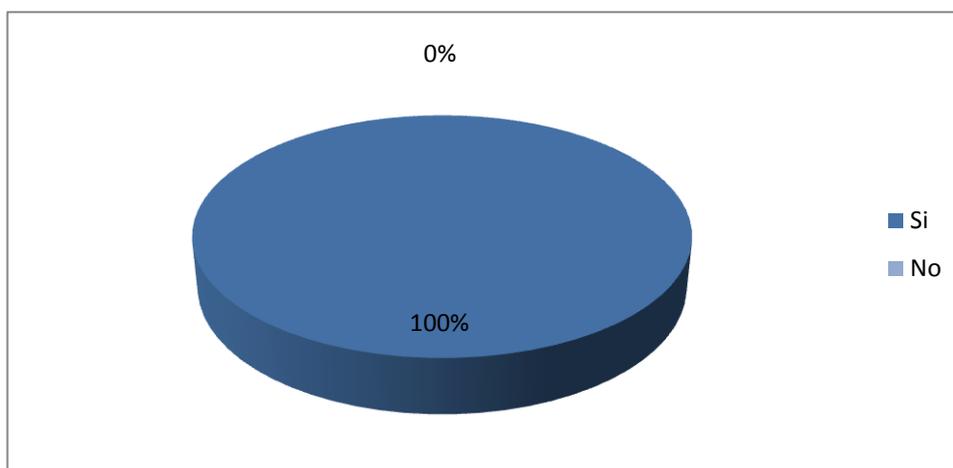
Pregunta N° 15. ¿Cree usted que es importante el manejo adecuado de la gestión documental para los procesos de gestión de calidad, imagen, reputación, organización y evidencia de SOLCA?

Tabla N° 35. Importancia del manejo adecuado de la gestión documental

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	100,00
No	0	0,00
Total	8	100

Fuente: Encuesta a los empleados de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba
Elaborado por: Nancy Mayorga

Gráfico N° 31. Importancia del manejo adecuado de la gestión documental



Fuente: Tabla N° 35
Elaborado por: Nancy Mayorga

- **Análisis**

El 100% de encuestados considera que es importante el manejo adecuado de la gestión documental para los procesos de gestión de calidad, imagen, reputación, organización y evidencia de SOLCA.

- **Interpretación**

Para mejorar el servicio en la Unidad Oncológica Riobamba SOLCA, es importante el manejo adecuado de la gestión documental con el propósito de mejorar la calidad de los servicios y por ende la imagen que el usuario tenga de la entidad.

3.6.3 ENTREVISTA

1. ¿Se ha capacitado al personal encargado el manejo de archivos?

Sí.

2. ¿Existe un proceso general que contemple el manejo adecuado de archivos?

Sí.

3. ¿Considera usted que la organización de loa archivos facilita la atención al cliente externo?

Por supuesto

4. ¿Cuáles son los principales tipos de documentos que maneja el personal encargado de los archivos?

Según el área que se archive pero en general son oficios, informes, circulares, resultados de exámenes.

5. ¿De qué manera la organización y control de documentos apoya la gestión de la Unidad?

Fundamentalmente para la toma de decisiones.

6. ¿Cuáles son los principales inconvenientes detectados en la transferencia de los documentos?

No se han detectado.

7. ¿De qué manera se ha prevenido la conservación de los documentos contenidos en los diferentes archivos?

Se tiene en lugares con ventilación y limpios.

8. Al presentarse quejas o reclamos por parte de los usuarios. ¿Qué tipo de acciones se han tomado?

Los que determina el Reglamento Interno del Hospital.

9. ¿Se aplican o se ha previsto la aplicación de indicadores para medir la satisfacción del cliente.

Sí, se realizan encuestas de satisfacción

10. ¿Ha recibido quejas personales por parte de los clientes o público externo?

No.

11. ¿Qué estrategias utilizan para que exista un ambiente de trabajo adecuado?

El trabajador necesita ser escuchado y atendido. Motivar, identificar a las personas más talentosas.

12. ¿Han brindado capacitación sobre manejo de archivos al personal de la Institución?

Sí.

13. ¿Si sucedieran imprevistos ajenos a lo planificado la Institución cuenta con un plan de prevención de desastres que eviten la pérdida de archivos?

Sí

14. ¿La importancia que representa la marca SOLVA, a qué les obliga a Uds. como administradores en cuanto a servicio de calidad e imagen se refiere?

El compromiso es entregar informes y placas que ayuden al médico a tener un diagnóstico veraz.

3.7 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Los resultados de las encuestas y entrevistas aplicadas para investigar cómo se maneja el archivo en la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba indican que, a pesar del alto nivel de satisfacción de los usuarios, existen ciertos inconvenientes en los procesos utilizados para la custodia y entrega de documentos generados por la prestación de los diferentes servicios que oferta la institución, requiriéndose la estandarización de estos procesos en miras de mejorar la atención al usuario y que este beneficie la imagen que ellos tienen de la Unidad.

La modernización de equipos y procesos junto al desarrollo de eventos de capacitación dirigidos a todo el personal encargado del manejo del archivo, tanto físico como digital, aportará a la mejora en la atención y por ende en incrementar la satisfacción de los usuarios; por tanto se comprueba la hipótesis de investigación.

CAPÍTULO IV

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- El archivo de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba es responsabilidad de ocho empleados que laboran en los diferentes departamentos. El personal que maneja el archivo está cualificado y muestra adaptabilidad a las nuevas tecnologías, además cuentan con recursos suficientes que les permite realizar su trabajo y mantener una comunicación fluida al interior de la institución, sin embargo de estos aspectos positivos los empleados manifiestan que debe mejorarse el conocimiento de la administración de archivo para que los procesos se estandaricen y se mantenga un mismo formato en la manera de archivar los documentos y recuperar la información.
- El nivel de satisfacción de los usuarios es muy alto demostrando que el cliente cuando acude a las instalaciones de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba obtiene respuesta a sus necesidades de información en los diferentes departamentos de la Unidad. Esta satisfacción se refiere no sólo a la manera en que el empleado atiende al usuario sino a la rapidez y calidad de la información recibida. Hay que recalcar que aun cuando la mayoría de usuarios ha calificado como excelente el servicio, existe un grupo minoritario que no está satisfecho siendo un punto de partida para analizar el porqué de estas respuestas y tomar acciones pertinentes para elevar la satisfacción de los clientes.

4.2 RECOMENDACIONES

- La Unidad Oncológica SOLCA Riobamba debe actualizar su tecnología para facilitar el trabajo del personal encargado de la administración del archivo. La capacitación del uso de los equipos y la actualización de conocimientos teóricos y prácticos ayudarán a brindar un servicio de calidad que se refleje en la satisfacción de los clientes, en el clima interno y en la imagen que se proyecta a la sociedad.
- En la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba debería establecerse un estudio de las quejas y sugerencias emitidas por los usuarios para conocer las causas de la insatisfacción y aplicar correctivos que eliminen estos errores.

CAPÍTULO V

5 PROPUESTA

5.1 TÍTULO

Programa de capacitación en gestión de archivos para la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba.

5.2 INTRODUCCIÓN

Un correcto manejo del archivo permite el desarrollo idóneo de actividades de custodia y entrega de información, siendo uno de los referentes de la satisfacción de los usuarios del servicio.

La Unidad Oncológica SOLCA Riobamba es una entidad reconocida por la calidad de sus servicios médicos y el cumplimiento de sus objetivos organizacionales con la aplicación de valores y principios enfocados al bienestar de los usuarios.

Tomando como antecedentes los resultados de la investigación realizada, se cree conveniente el diseño de un programa de capacitación para fortalecer la gestión del archivo, lo que favorecerá no solo el trabajo idóneo del personal responsable sino también la comunicación efectiva a nivel interno y externo.

5.3 OBJETIVOS

5.3.1 GENERAL

Fortalecer los conocimientos y capacidades del personal de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba en la gestión documental y archivo para promover la adecuada administración de la documentación generada en el ejercicio de sus funciones.

5.4 JUSTIFICACIÓN

El tema del archivo va más allá de un simple lugar donde se custodian documentos importantes para una organización, constituye un procedimiento de almacenamiento de información, donde la idea principal es la conservación de documentos ordenados y clasificados, que optimicen y garanticen un servicio de calidad.

En la investigación realizada se pudo identificar que uno de los factores que no permite el correcto desarrollo de las actividades e impiden un acertado servicio de calidad es la no aplicación de un correcto manejo de archivo porque existen empleados que no conocen aspectos básicos sobre la administración del archivo afectando la información requerida tanto los usuarios internos y externos.

Esta propuesta es factible porque se cuenta con el apoyo de autoridades representantes de la institución y jefes departamentales, quienes permanentemente han demostrado interés en el proceso de actualización y modernización.

En la actualidad, la masiva necesidad de contar con todas la herramientas tecnológicas y los conocimientos del tema archivo y atención al cliente dentro de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba, está fundamentada en el requerimiento urgente de conocerlas y utilizarlas de la manera correcta, procesar, crear y usar creativamente la información, para conseguir los objetivos propuestos, el acceso por medio de las Tecnologías de la Información y Comunicación a la red global, permitirá brindar un servicio de óptimo y de calidad a los visitantes, pero sobretodo mejorar la calidad de vida de los sectores más necesitados de la sociedad a la cual pertenecemos.

SOLCA, a través de sus representantes y benefactores cuentan con personal capacitado que estaría a disposición de la institución para la implementación de las estrategias.

5.5 CONTENIDO

5.5.1 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

Según Fletcher (2000), el programa de capacitación es el instrumento que sirve para explicitar los propósitos formales e informales de la capacitación y las condiciones administrativas en las que se desarrollará. El programa debe responder a las demandas organizacionales y las necesidades de los trabajadores.

Los eventos se realizarán en las instalaciones de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba aprovechando su infraestructura física, la dotación de materiales previsto para y demás recursos, de manera que se obtenga eficiencia en el desarrollo de las actividades.

5.5.2 TEMÁTICAS

La gestión de archivos es amplia por tanto un programa de capacitación debe partir de los conocimientos generales para profundizar en temas específicos.

Los temas a tratar serán:

- Introducción a la gestión de archivos.
- Organización documental.
- Descripción documental.
- Transferencias documentales
- Conservación de documentos en papel.
- Tecnologías para la gestión documental.

5.5.3 CAPACITADORES

Un capacitador es un profesional que por la experiencia en el campo es capaz de brindar orientación a otras personas que integran una organización o desean integrarla y apoyan el crecimiento de cada una de ellas. Su principal misión es transmitir información y tratar de generar una buena interacción entre los integrantes.

Tomando en cuenta esta descripción, se considera pertinente la inclusión de dos profesionales del área, cuyo perfil es el siguiente:

JÁCOME MALDONADO, Zoila

- **Título profesional:** Maestría en Administración Secretarial
- **Cargo actual:** Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, UNACH

ZÁRATE SALAZAR, Myriam Janneth

- **Título profesional:** Maestría en Administración Secretarial
- **Cargo actual:** Secretaria del ICITS, UNACH

5.5.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla N° 36. Cronograma de actividades de capacitación

TEMA	OBJETIVO	DIRIGIDO A	DURACIÓN (en horas)	PRESUPUESTO (USD)	RESPONSABLE
Introducción a la gestión de archivos.	Optimizar la gestión del personal en el manejo de archivo y comunicación interna.	Personal encargado del archivo	2	150	Mgs. Janneth Zárate
Organización documental.	Conocer aspectos teóricos de la organización documental.	Personal encargado del archivo	2	150	Mgs. Janneth Zárate
Descripción documental.	Actualizar conocimientos relativos a la descripción documental.	Personal encargado del archivo	2	150	Mgs. Janneth Zárate
Transferencias documentales.	Actualizar conocimientos sobre la transferencia de documentos.	Personal encargado del archivo	2	150	Mgs. Zoila Jácome
Conservación de documentos en papel.	Conocer el proceso y manejo de los documentos físicos.	Personal encargado del archivo	2	150	Mgs. Zoila Jácome
Tecnologías para la gestión documental.	Actualizar el uso de tecnologías aplicadas a la gestión documental.	Personal encargado del archivo	2	150	Mgs. Zoila Jácome

Elaborado por: Nancy Mayorga

BIBLIOGRAFÍA

Alvarado, M. (2007). *Administración de la información*. San José, Costa Rica: EUNED.

Abadi M. (2004). *Calidad de servicio*, Buenos Aires: UBA FCE.

Alafaraz, C. (2006). *Redes de Conocimiento, Construcción Dinámica y Gestión*. Buenos Aires: CECDES.

Anetcom. (2014). *Estrategias de Marketing Digital*. Ediciones Anetcom España.

Avilia, R. (1997). *Estrategias y Tácticas de Comunicación Integradora*. Buenos Aires: Imagen.

Bolz, N. (2006). *Comunicación Mundial*. Buenos Aires: Katz.

Caldevilla, D. (2007). *Manual de Relaciones Públicas*. Madrid: Visión Net.

Carreton, C. (2009). *Las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna*, Sevilla:

Capriotti, P. Giber (1992) *La Imagen de Empresa, Estrategias para una Comunicación Integrada*. Barcelona: El Ateneo.

Dukta, A.(1994) *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Barcelona: Ediciones Granica S.A

Habermars, J. (2010). *Teoría de la Acción Comunicativa*. Edit. Triota.

Fletcher, Sh. (2000). *Diseño de capacitación basada en competencias laborales*. México, D.F.: Panorama Editorial.

Flores. M (2011) *Archivos e investigación, 2011*, Puerto Rico: Archi Red

Jiménez, J (2011). *Atender clientes artísticamente*, Venezuela: Cograf editorial.

Kats, R. (2010). *El Papel de las TIC`s en el Desarrollo*. Barcelona: Planeta.

Keith, D. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid: Ediciones Díaz y Santos S.A.

- Kotler, P. (2007). *Versión para Latinoamérica*, México: Plearson.
- Larrea, C. (2011). *Administración de Empresas de Comunicación Social, colección Cucayo, Comunicación Social UNACH*, Casa de la Cultura Ecuatoriana Chimborazo. Riobamba-Ecuador
- Luzón, G. (2005) *La organización de los archivos de oficina*, España: El Escorial
- Martínez, M. (1997). *Medios Gráficos y Técnicas Periodísticas*. Buenos Aires: Macchi.
- Matilla, K. (2009). *Conceptos fundamentales en la planificación estratégica de las Realciones Públicas*. Barcelona: Edit UOC.
- Medina, U. (2009). *Como evaluar un proyecto empresarial*, Madrid: Ediciones Díaz y Santos S.A.
- Miguez, M. (2009). *Los Públicos en las Relaciones Públicas*, Barcelona: UOC editorial
- Minzberg, H. (1995). *El Proceso Estratégico*. México: Pearson.
- Noguera, J. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Murcia: Sphera Pública.
- Novoa, A (1980) . *Conceptos básicos sobre comunciacion*. Costa Rica: CATIE.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación*, Editorial Dykinson.
- Pando, B. (2000). *Principios de Sistema de información*. México: Editorial Cuarta.
- Pérez, E. (2012) *Función directiva y recursos Humanos en sanidad*. Madrid: Ediciones Díaz y Santos S.A.
- Rebeil, M. (1998). *El poder de la comunicación en las organizaciones*. México: Plaza y Valdez editores.
- Sanz Casado, E. (1993). *La realización de estudios de usuarios: una necesidad urgente*. *Revista general de Información y Documentación*, 154-166.
- Serna, H. (2006). *Conceptos básicos. En servicio al cliente*. Colombia: Panamericana Editores, Ltda.

Serrano, M. (2007) *Teoría de la Comunicación*. España: Edit. S.A McGraw-Hill/ Interamericana

Tschohl J. (2007). *Como conservar clientes con un buen servicio*, México: Pax

Watzlawick, P. (1985) *Teoría de la Comunicación Humana*. Barcelona: Edit. Herder

Webgrafía

Judith Rodriguez http://ticsjudyrdz.blogspot.com/2014_02_01_archive.html

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales España. (1983). *NTP 54: Documentos*.

Recuperado el 11 de 06 de 2014, de

http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/001a100/ntp_054.pdf

Novelle, L. (2012). *Archivos de Empresa: Nociones Básicas sobre Historia, Contenido y Gestión*. Recuperado el 11 de 06 de 2014, de

<http://eprints.rclis.org/17327/1/NOVELLE%20L%C3%93PEZ%20L.%20Archivos%20empresa.pdf>

Scriven, M. (1991). Recuperado el 10 de 06 de 2014, de

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=2220273>

ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIDAD DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONALIZACIÓN
PROGRAMA DE SECRETARIADO Y RELACIONES PÚBLICAS

ENCUESTA

Objetivo: Establecer el grado de satisfacción del cliente de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba

Valore cada uno de los ítems considerando la siguientes escala:

(1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Ni en desacuerdo ni de acuerdo, (4) De acuerdo, (5) Totalmente de acuerdo

Nº	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
1	La Unidad realiza la labor esperada con seguridad y correctamente.					
2	El personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios.					
3	El trato del personal con los usuarios es considerado y amable					
4	El personal está totalmente cualificado para las tareas que tiene que realizar y muestra adaptabilidad a las nuevas tecnologías					
5	Cuando acude a la Unidad, está seguro que encontrará respuesta a sus requerimientos.					
6	El personal da una imagen de honestidad y confianza					
7	Cuando acude a la Unidad, no tiene problemas en contactarse con la persona que pueda responder a sus demandas.					
8	Considera adecuado el horario establecido de atención al cliente					
9	Se informa de una manera clara y comprensible a los usuarios					
10	La Unidad recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios					
11	El personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo					
12	El personal dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo (equipos informáticos y de otro tipo)					
13	El personal dispone de los medios adecuados de comunicación que faciliten su labor dentro de la entidad.					
14	Se conocen los intereses y necesidades de los usuarios					
15	La Unidad da respuesta rápida a las necesidades y problemas de los usuarios.					
16	La opinión de otros usuarios sobre el servicio es buena					

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIDAD DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONALIZACIÓN
PROGRAMA DE SECRETARIADO Y RELACIONES PÚBLICAS

ENCUESTA

Objetivo: Determinar cómo se manejan los archivos en la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba.

1. ¿Usted archiva los documentos en:

Carpetas individuales Carpetas misceláneas

2. ¿Utiliza guías y rótulos para identificar la información de los archivos?

Sí No

3. ¿Se encuentra disponible, de manera permanente, la información solicitada por los usuarios?

Sí No

4. ¿Se mantiene un registro cronológico de documentos entregados?

Sí No

5. En caso de pérdida de algún documento ¿se da pronta solución al problema?

Sí No

6. ¿Se mantiene un registro de reclamos con las gestiones realizadas para solucionarlos?

Sí No

7. ¿Se digitaliza la información que se maneja en cada uno de los departamentos?

Sí No

8. ¿Qué grado de conocimiento tiene usted sobre la administración de archivo?

Mucho Poco Nada

9. ¿Qué tiempo utiliza usted en buscar un documento archivado?

20 segundos 30 segundos 1 minuto

10. El ambiente de trabajo en el que se desempeña es

Excelente Bueno Malo

11. ¿Existe apertura por parte de los jefes superiores para la modernización del sistema de archivo?

SI NO

12. ¿Seleccione el tipo de archivo que aplica usted en su Departamento?

Alfabético Numérico Cronológico Geográfico

13. ¿Considera Ud. que es necesaria la aplicación de nuevos sistemas de archivo en la Unidad?

SI NO

14. ¿Considera que es importante la capacitación y formación del personal en el tema de la gestión documental?

SI NO

15. ¿Cree usted que es importante el manejo adecuado y la gestión documental para los procesos de gestión de calidad, imagen, reputación, organización y evidencia de SOLCA?

SI NO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIDAD DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONALIZACIÓN
PROGRAMA DE SECRETARIADO Y RELACIONES PÚBLICAS

ENTREVISTA

Dirigida al Director Ejecutivo de la Unidad Oncológica SOLCA Riobamba para conocer su opinión sobre el manejo de archivos y la atención al cliente.

1. ¿Se ha capacitado al personal encargado del manejo de archivos?

2. ¿Existe un proceso general que contemple el manejo adecuado de archivos?

3. ¿Considera usted que la organización de los archivos facilita la atención al cliente externo?

4. ¿Cuáles son los principales tipos de documentos que maneja el personal encargado de los archivos?

5. ¿De qué manera la organización y control de documentos apoya la gestión de la Unidad?

6. ¿Cuáles son los principales inconvenientes detectados en la transferencia de los documentos?

7. ¿De qué manera se ha prevenido la conservación de los documentos contenidos en los diferentes archivos?

8. Al presentarse quejas o reclamos por parte de los usuarios ¿Qué tipo de acciones se han tomado?

9. ¿Se aplican o se ha previsto la aplicación de indicadores para medir la satisfacción del cliente?

10. ¿Ha recibido quejas personales por parte de los clientes o público externo?

11. ¿Qué estrategias utilizan para que exista un ambiente de trabajo adecuado ?

12. ¿Han brindado capacitación sobre manejo de archivos al personal de la Institución?

13. ¿Si sucediera imprevistos ajenos a lo planificado la Institución cuenta con un plan de prevención de desastres que eviten la perdida de archivos?

14. La importancia que representa la marca SOLCA ¿a qué les obliga a Uds. como administradores en cuanto a servicio de calidad e imagen se refiere?
