



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

**MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE QUE BRINDA EL CENTRO
DE REHABILITACIÓN S.E.R.L.I, SEDE SUR DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL, DURANTE EL AÑO 2019**

AUTORA:

Paz Corozo Alejandra Abigail

TUTORA:

Ing. Delgado Vera Silvia Cecilia

GUAYAQUIL, ECUADOR

2019

DEDICATORIA

Primeramente, le dedico la presente tesis a Dios gracias a el tengo salud y vida para poder ser mejor persona emocionalmente y profesionalmente, en segundo a mis padres (Enis Corozo, Alejandro Paz, Vicenta Almeida) que siempre me dieron su apoyo incondicional para todo lo que conllevaba este gran proceso y estuvieron pendiente en cada paso que daba hasta lograr mi objetivo que es el graduarme, a mi hijo adorado que fue mi inspiración para poder luchar cada día por un bienestar mejor.

Paz Corozo Alejandra Abigail

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida, a mi familia por todo el apoyo brindado y por cada consejo que me dieron para motivarme a seguir adelante, al instituto Tecnológico Bolivariano, por haberme abierto las puertas de esta honorable institución para formarme profesionalmente durante todos estos años de gran aprendizaje.

A mis distinguidos maestros por haber compartido sus conocimientos para que yo pueda crecer día a día, gracias por la paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad, a lo largo de mi preparación.

Y muy agradecida con mi tutora Delgado Vera Silvia Cecilia por haber brindado su tiempo, paciencia, sugerencias, por el gran apoyo que me dio durante el desarrollo de mi proyecto de titulación.

Paz Corozo Alejandra Abigail

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema:
“Mejora para el servicio al cliente que brinda el centro de rehabilitación S.e.r.l.i, sede sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019

y problema de investigación: **¿Cómo incide el servicio que brinda el Centro de Rehabilitación SERLI en la satisfacción de los clientes?**

, presentado por Paz Corozo Alejandra Abigail como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada: **Paz Corozo Alejandra Abigail**

Tutora: **Ing. Delgado Vera Silvia Cecilia**

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Paz Corozo Alejandra Abigail en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Mejora para el servicio al cliente que brinda el centro de rehabilitación S.e.r.l.i, sede sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019

de la modalidad de Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Alejandra Paz Corozo

Nombre y del Autor

Firma

No. de cedula: 2000123873

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.**

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

Mejora para el servicio al cliente que brinda el centro de rehabilitación
S.e.r.l.i, sede sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019

Autor: Paz Corozo Alejandra Abigail

Tutora: Ing. Delgado Vera Silvia Cecilia

Resumen

La presente investigación está aplicada al personal de SERLI (Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los Lisiados), sede sur, en la ciudad de Guayaquil, año 2019, especialmente para aquellos que tienen contacto directo con el paciente, se evaluará su desempeño para determinar falencias y posteriormente proceder a la propuesta de estrategias para la mejora en el servicio al cliente. La mejora del servicio al cliente es esencial en SERLI, ya que, como toda institución, el resultado depende de la cantidad de clientes atendidos, pero con la diferencia de que se tengan clientes satisfechos. En el presente proyecto se va a utilizar el enfoque cuantitativo ya que se van a emplear en la presente investigación metodologías con las cuales se recolectará datos que suministren información de comprobación numérica y de carácter frío, como lo es la encuesta, que permite un análisis de resultados, emitir conclusiones y recomendaciones en base a las respuestas generadas por el segmento de mercado al cual está dirigido SERLI.

Servicio al cliente	Estrategias	Cliente interno	Retroalimentación
---------------------	-------------	-----------------	-------------------

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

Mejora para el servicio al cliente que brinda el centro de rehabilitación
S.e.r.l.i, sede sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019

Autor: Paz Corozo Alejandra Abigail

Tutora: Ing. Delgado Vera Silvia Cecilia

Abstract

The present investigation is applied to the staff of SERLI (Ecuadorian Society for the Rehabilitation of the Crippled), south headquarters, in the city of Guayaquil, year 2019, especially for those who have direct contact with the patient, their performance will be evaluated to determine flaws and then proceed to the proposal of strategies for the improvement in customer service.

The improvement of customer service is essential in SERLI, since, like any institution, the result depends on the number of customers served, but with the difference that they have satisfied customers.

In the present project, the quantitative approach will be used since methodologies will be used in this research with which data will be collected that provide numerical and cold verification information, such as the survey, which allows an analysis of results, issue conclusions and recommendations based on the responses generated by the market segment to which SERLI is directed.



INDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	V
Resumen	VII
Abstract	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
CAPÍTULO I	1
Ubicación del problema en un contexto	1
Situación Conflicto	2
Delimitación del problema.....	4
Formulación del problema	5
Variable de la investigación	5
Evaluación del problema.....	5
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
Justificación	8
CAPITULO 2	13
MARCO TEÓRICO	13
Fundamentación teórica	13
Antecedentes históricos.....	13
Marco teórico	14

Servicio al cliente.....	15
Importancia.....	17
Satisfacción	17
Características del servicio al cliente	20
Tipos de clientes.....	23
Clientes fieles o leales	23
Clientes indiferentes	23
Clientes rehenes.....	24
Clientes mercenarios	24
Clientes potencialmente desertores.....	24
Agresivos.....	24
Clientes impacientes.....	25
Clientes indecisos.....	25
Clientes objetivo	25
Estrategias de marketing para no perder clientes	25
Características del sector de servicios.....	27
Relación de servicios con el servicio que brinda SERLI.....	29
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	31
Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor	31
Plan Nacional del Buen Vivir.....	32
Ley Orgánica de Discapacidades	33
Variables de Investigación. Conceptualización	33
GLOSARIO DE TÉRMINOS	34

CAPITULO 3	37
METODOLOGÍA.....	37
Estructura Organizativa.	38
Principales servicios	42
Descripción del proceso objeto de estudio.....	44
Descripción de principales puestos de trabajo	46
Tipos de investigación	47
Descriptiva.....	47
Correlacional:	48
Enfoques de la Investigación	48
Enfoque cualitativo	49
Técnicas e instrumento de investigación	50
Observación	50
La encuesta	51
Población y Muestra	51
Población.....	51
Muestra	52
Tipos de Muestra	52
Formato Encuesta	55
CAPITULO 4	58
Análisis de la encuesta	58
Ficha de Observación.....	68
PLAN DE MEJORAS	69

Análisis de situación actual de la Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los Lisiados	72
Desarrollo de estrategias	73
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES.....	77
Bibliografía.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro de Causas y Efectos	4
Tabla 2.- Motivo de visita a SERLI	58
Tabla 3.- Calificación del servicio.....	59
Tabla 4.- Valor de las Actividades de Integración	60
Tabla 5.- Atención de SERLI	61
Tabla 6.- Valoración física total	62
Tabla 7.- Valoración física total.....	63
Tabla 8.- Publicidad de SERLI	64
Tabla 9.- Profesionales de Turno	65
Tabla 10.- Otros servicios de SERLI	66
Tabla 11.- ¿Recomendaría a SERLI?	67
Tabla 12.- Ficha de Observación	68
Tabla 13.- Planteamiento de los cinco Por qué	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Pregunta 1 Encuesta	58
Figura 2.- Pregunta 2 Encuesta	59
Figura 3.- Pregunta 3 Encuesta	60
Figura 4.- Pregunta 4 Encuesta	61
Figura 5.- Pregunta 5 Encuesta	62
Figura 6.- Pregunta 6 Encuesta	63
Figura 7.- Pregunta 7 Encuesta	64
Figura 8.- Pregunta 8 Encuesta	65
Figura 9.- Pregunta 9 Encuesta	66
Figura 10.- Pregunta 10 Encuesta	67

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

Desde su creación en el año 1959, gracias a la iniciativa del Dr. Emiliano Crespo Toral, la Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los Lisiados (S.E.R.L.I) fue una idea humanitaria sin precedentes en la ciudad de Guayaquil, con excelente acogida por parte del Club de los Leones, ya que, de esta manera se hacía un aporte directo a la sociedad en general y se lograba hacer realidad el sueño de muchas personas con discapacidad de tener una vida mejor. La Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los lisiados está conformada por mujeres y hombres que creen en un país el cual muestra su compromiso y apoyo al desarrollo y las oportunidades, base fundamental de los objetivos de S.E.R.L.I.

En el último periodo evaluado, la institución ha experimentado una baja en la calidad de servicio debido a la falta de personal idóneo que cubra los turnos otorgados, causando molestia en los usuarios que acuden a la institución, anteriormente, se brindaba servicios de educación especial inclusiva y terapias de rehabilitación las dos a la vez, en general y estos servicios los niños necesitan para su desarrollo físico e intelectual, pero estos se han limitado, ahora solo se presta uno de los dos servicios y hay que elegir entre ellos educación especial inclusiva o terapias de rehabilitación, lo que causa desconcierto en los familiares de los asistentes, ya que lo que anhelan es que sus hijos se eduquen y sean atendidos por los especialistas de terapia, es decir recibir ambos servicios como antes y no escoger entre uno u otro.

Situación Conflicto

Desde su creación en el año de 1959 S.E.R.L.I, fue una iniciativa que fue acogida satisfactoriamente por el Club de los Leones de esta manera hicieron realidad el sueño para que muchas personas con discapacidad puedan tener una vida mejor. La Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los lisiados, no está formada solo de nombre, está formada por mujeres y hombres que creen en un país que tiene abiertas las puertas al camino del desarrollo y las oportunidades, S.E.R.L.I.

El 90% de personas favorecidas con la prestación de servicios de la institución son de escasos recursos, actualmente, obligan a que los pacientes elijan entre uno y otro servicio, o bien educación escolar, o terapias físicas, ocupacional y lenguaje, y al final no complementan en su totalidad lo que cada niño necesita para su desarrollo físico y mental porque obligadamente toman solo estudio o solo terapias, por lo que no existe personal suficiente para realizar estos servicios.

En el último año la institución ha bajado la calidad del servicio, debido a la falta de personal adecuado que cubra los turnos otorgados por el mismo, lo cual ha ocasionado molestias en los padres y madres de familia que acuden a la institución, anteriormente, se brindaba servicio de educación conjuntamente con las terapias que los niños necesitan para su desarrollo físico e intelectual; pero estos servicios se han venido limitando, ahora solo se presta servicio de educación o solo de terapia lo cual causa desconcierto en los padres y madres, lo que ellos anhelan es que sus hijos se eduquen y sean atendidos por los especialistas de terapia.

Anteriormente se atendían más de 150 personas diarias en SERLI, para ser más específico, el local que se encuentra ubicado entre las calles José de Antepara y Bolivia, pero, actualmente, se están atendiendo a no más de 65 personas, lo cual muestra la abrupta caída de atención debido a la falta de personal en la institución, como se comenta en párrafos

anteriores, el clima organizacional puede ser afectado tanto por factores intrínsecos-motivadores, ausencia de reconocimientos, de logros, no se incentiva el crecimiento interno, reconocimiento por logros de objetivos, desarrollo profesional, entre otros, y factores extrínsecos-higiénicos, entre los que cuenta la supervisión, las condiciones físicas.

Se menciona además que el personal no es escuchado, que no es participativo al definir objetivos, en muchas ocasiones el personal da sugerencias para mejoras de distintas áreas pero estas no son atendidas, dejando una idea de que tal vez para el directivo no son significativas, no hay posibilidad de recibir capacitaciones de ningún tipo y peor aún, participar en la toma de decisiones, mismas que son emitidas directamente desde la jerarquía superior de la empresa, además, las áreas físicas no son adecuadas, los espacios son reducidos, existe poca iluminación, áreas con altas temperaturas.

Ilustración 1 Servicios ofertados en web



Fuente: www.serli.org.ec

El problema se agrava por lo que se muestra en la ilustración anterior, existen 5 frentes de atención diaria y continua que se debe cubrir con el personal idóneo que la institución carece, ya sea por presupuesto o por un erróneo proceso de selección de personal, sumado a la deserción por el ambiente laboral, no existe cultura corporativa, según indicaciones de directivos, el personal trabaja para sí mismo y no para sacar a flote a la institución.

Tabla 1 Cuadro de Causas y Efectos

Problemas	Consecuencias
Pésimo clima laboral	Desempeño de funciones no es óptimo
Mala selección de personal	El personal no cumple con las directrices específicas
Personal no recibe capacitaciones sobre su área de trabajo	No existe actualización de conocimientos, mal desempeño de funciones
No existen incentivos o reconocimientos por logros alcanzados	El personal no se va a esforzar por la consecución de metas institucionales

Fuente: Autora del documento

Delimitación del problema

Campo: Administración de los servicios
Área: Centro de Rehabilitación SERLI
Aspectos: Servicio al cliente
Tema: mejora para el servicio al cliente que brinda el centro de rehabilitación Serli, sede sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019

Formulación del problema

¿Cómo incide el servicio que brinda el Centro de Rehabilitación SERLI en la satisfacción de los clientes?

Variable de la investigación

Variable dependiente: Servicio al cliente

Variable independiente: Satisfacción al cliente

Evaluación del problema.

Los aspectos generales de evaluación son:

Delimitado. - La presente investigación está aplicada al personal de SERLI (Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los Lisiados), sede sur, en la ciudad de Guayaquil, año 2019, especialmente para aquellos que tienen contacto directo con el paciente, se evaluará su desempeño para determinar desatinos y finalmente proceder a la oferta de estrategias para la mejora en el servicio al cliente.

Claro. - Para el desarrollo del presente proyecto, se deja constancia que no se necesita emplear términos poco amigables o complicados de asimilar, más bien se tratará de brindar claridad en las expresiones empleadas tanto en las propuestas como en los resultados obtenidos.

Evidente. - Los resultados que se alcanzarán luego de aplicar las herramientas de obtención de información, los cuales permitirán visualizar la urgencia de implementación de distintas destrezas administrativas para la mejora de atención de SERLI, ubicado al sur de la ciudad.

Concreto. - La narrativa del presente trabajo será directa, clara y adecuada, de acuerdo a la información obtenida en las distintas fuentes de información utilizadas en el desarrollo del proceso.

Relevante. - El tema de investigación bosquejado en el proyecto en estudio, es de suma importancia para la sociedad guayaquileña, ya que el servicio que presta SERLI es reconocido a nivel nacional; son pioneros en la rehabilitación física, autónoma, sin fines de lucro; creada con el objetivo de servir a las comunidades en general, y en especial a la discapacidad.

Original. - Los resultados encontrados en la presente investigación, son de corte primario, no han sido expresados en otro medio, ni han sido publicados en otro documento, sea este digital o impreso; o de algún otro resultado de exploración.

Es necesario el cambio que se va a proponer en la presente investigación; el servicio al cliente de SERLI es la pieza fundamental en la carta de presentación del organismo, el 65% de las actividades de la institución dependen del contacto entre el personal y las personas que necesitan el servicio; en lo correspondiente a lo académico, la aplicación de estrategias administrativas, aprendidas durante toda la carrera, universitaria, se verán reflejadas en el resultado final. La propuesta será de fácil comprensión para que el presente documento sirva de consulta para todos los niveles.

Variables. - En el caso de la presente investigación, las variables se determinan como una posesión que fluctúa acorde al punto de medición, y, cuya variación es apta para medición u observación. El significado de variable es aplicado tanto a seres vivos en general, como a objetos,

hechos y fenómenos, los cuales alcanzan diferentes valores en relación a la variable referida.

Para este proyecto en particular, las variables se desprenden de la formulación del problema, la mismo que expresa:

¿Cómo incide el servicio que brinda el Centro de Rehabilitación SERLI en la satisfacción de los clientes?

De aquí se derivan las variables dependiente e independiente:

- **Dependiente:** Servicio al cliente
- **Independiente:** Satisfacción al cliente

Objetivos

Objetivo general

Proponer mejoras en el servicio que brinda el Centro de Rehabilitación SERLI para contribuir en la satisfacción de los pacientes.

Objetivos específicos

- Fundamentar los aspectos teóricos relacionados a servicio al cliente y estrategia de servicio.
- Diagnosticar la situación actual del servicio al cliente que efectúa el centro de rehabilitación.
- Definir mejoras en el servicio al cliente para contribuir a incrementar la satisfacción en el cliente.

Justificación

El presente proyecto se justifica desde la concepción del mismo; ya que, desde la creación de la entidad, el fin de la institución ha sido la de servir a las comunidades en general, y en especial a la discapacidad; por tanto, es necesaria la mejora en el servicio al cliente del centro de rehabilitación SERLI para que la comunidad guayaquileña y ecuatoriana en general tenga acceso al beneficio total de toda la infraestructura de la institución, tanto los Centros Médicos como las Escuelas y los Talleres que funcionan dentro de la entidad.

Las estrategias a plantear al finalizar este proyecto serán viabilizadas a las autoridades rectoras de SERLI para la posible implementación de las mismas, todo con el fin de buscar la mejora en el servicio al cliente de la institución. Para poder comprender mejor la justificación del presente proyecto, se va a analizar algunas variables para comprobar la factibilidad

Conveniencia: La exploración de ciertos aspectos en el presente proyecto, es conveniente en su totalidad, tanto para beneficiar de la comunidad que necesita estos servicios, como de la institución a valorar; ya que, si optimizan los servicios de SERLI, la cantidad de clientes va a agrandar y los beneficios que recibe la colectividad se van a reflejar en el buen vivir de la sociedad como ya es costumbre de la institución, impactando positivamente desde su creación en el año 1959.

SERLI ofrece en sus cinco áreas de atención mejoras reales y comprobadas en el tratamiento de deficiencias congénitas y de calamidades, con resultados positivos evidenciados a nivel nacional ya que no solo se atiende a los habitantes de Guayaquil, sino de todos los rincones del país como lo ha venido desempeñando por más de 50 años.

Gracias a la correcta aplicación de estrategias administrativas para incentivar la mejora de prácticas en lo que es el servicio al cliente del Centro de Rehabilitación, se continuará dejando el legado de institución sin fines de lucro que sale día a día para ayuda de los ecuatorianos en

general.

Viabilidad

La viabilidad del trabajo en curso, se centra en la valoración de las posibilidades de los recursos que posee la institución en su totalidad, sean estos humanos, financieros o materiales, así como el tiempo necesario para su ejecución. La viabilidad de un proyecto depende de varios factores, entre estos tenemos técnicos, sociales, económicos, ambientales y políticos.

Viabilidad Técnica: Dentro de la institución existen trabajadores con ganas de servir, pero se ven limitados por la falta de incentivos, de capacitación, de un buen ambiente de trabajo que, si las condiciones fueran óptimas, se mostrarían más comprometidos con sus labores, los trabajadores que posee SERLI se encuentran comprometidos con la institución ya que existe personal con más de 25 años en las funciones encomendadas, período en que el sujeto asimila conocimientos de la entidad: cultura, dinámica, políticas, grupos y trabajo que están integrados o asociados para perseguir el bien empresarial (Macías, 2015).

Viabilidad Socio-Cultural: SERLI está dirigido a todo público que necesite rehabilitación por algún tipo de discapacidad no solo física, sino intelectual, el acceso libre a los servicios de la institución son la carta de presentación de la misma, razón por cual la institución trabaja con todo cliente sin tener restricciones en cultura, valores, creencias, ideologías y demás que rodean al entorno familiar.

Para el Centro de Rehabilitación SERLI es fundamental buscar razones para adaptarse a los cambios del mercado y realizar acciones que modifiquen los patrones de conducta tanto de pacientes, como de los colaboradores de la empresa, que en conjunto buscan al final ofertar un

servicio de calidad que satisfagan las necesidades de las familias y en especial de las personas con algún tipo de discapacidad (sin importar edad), que su mejora en calidad de vida esté ligada al 100% con la institución.

Por más de 50 años se viene forjando una cultura de cuidado, atención al cliente, entrega, compromiso social, amor al prójimo, cualidades que todos los trabajadores poseen y que ya es hora de que, mediante la aplicación de la propuesta, sean explotadas al máximo para brindar un servicio excepcional.

Viabilidad Económica: La viabilidad económica está ligada directamente a las decisiones políticas, leyes o reglamentos que afectan a un país, cantón o ciudad, por los ingresos económicos que pueden o no determinar una ganancia o pérdida en un ejercicio económico.

Centro de Rehabilitación SERLI, actualmente, atiende un promedio de entre 60 a 70 personas diarias, haciendo un total anual de más de 800 personas beneficiadas por la institución. El fin de esta investigación es recuperar agilidad, cobertura y fidelidad, se regresaría a atender a más de 150 personas por día, dejando un total proyectado anual de más de 1750 personas, regresando a ser el modelo exitoso que era años anteriores.

Viabilidad Ambiental: En cuanto a los factores ecológicos, el Centro de Rehabilitación SERLI maneja métodos internos para el proceso de desperdicios que ayudan a cumplir con las exigencias ambientales actuales. Los procedimientos aportan al reciclaje total y cuidado del medio ambiente por el tratamiento de los desperdicios, ya sean estos reactivos o no, se establecen reglas para mantener áreas limpias y se posee una estructura adecuada para atender los desperdicios generados por los usuarios.

Viabilidad institucional y de gestión: El personal que labora en el Centro de Rehabilitación SERLI está totalmente dispuesto a colaborar con los cambios y directrices de este proyecto; de ser aprobado por la directiva de la institución, las estrategias propuestas en el presente proyecto, brindará una mejora en el servicio al cliente, ya que todos están conscientes de la necesidad de cambio en su lugar de trabajo.

Viabilidad Financiera: El Centro de Rehabilitación SERLI, según lo que indican funcionarios propiamente del Centro, tanto los docentes como personal en general, son personas con vocación, entregadas al servicio a la comunidad ya que, sin tener mucho presupuesto o material que incentive la creatividad mental desde corta edad; y por ende, buscan la manera de desarrollar el interés de los niños. Se puede prever que la inversión que implique este cambio de procesos va a ser sustentable ya que se va a impulsar el aumento de clientes y eso se ve reflejado en mayores y mejores ingresos para SERLI.

Viabilidad Política: Los factores políticos que pueden afectar de diversas maneras al progreso del Centro de Rehabilitación SERLI son algunos, entre estos se encuentran el nuevo modelo económico emitido por el gobierno, en donde se espera la mejora del entorno económico y social, junto con la predisposición de generar empleos que ayuden a dinamizar el mercado. También las decisiones sobre el alza de servicios básicos como lo hacen las empresas de agua potable, luz y teléfono, cuya alza afecta en el incremento de valores de pagos de servicios básicos, mismos que inciden negativamente en la gestión.

Es evidente que S.E.R.L.I depende al 100% de sus pacientes, el trato cordial hacia el usuario es la clave del éxito. Manejar una estabilidad permanente, le concede a la institución la posibilidad de formar una base

sólida en su negocio, lo que se aprovecha como factor motivacional para los empleados al saber que pertenecen a una institución con su base consolidada y segura; también incita a la menor rotación del personal, ya que es distinto tener a cargo una persona ya experimentada en ese ámbito laboral, que otra con poca o nula experiencia en el ambiente laboral

CAPITULO 2 MARCO TEÓRICO

Fundamentación teórica

Antecedentes históricos

Desde la concepción de la vida se conoce a personas con discapacidad; en la propia Biblia, la cual se conoce como el libro más antiguo que ha sido publicado en la historia, existen alrededor de 75 versículos que tratan sobre personas con discapacidad, y su sanación, en la mayoría de los casos por intervención divina; (Knowing Jesus, 2017)

El diario El Universo, en un especial sobre las discapacidades y su evolución en el sistema político, económico y social del Ecuador, muestra la siguiente definición avalada por la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, de la ONU, la misma que puntualiza la discapacidad como: “Deficiencia física, mental, intelectual o sensorial a largo plazo, que al interactuar con diversas barreras puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás”. (El Universo, 2010).

De igual forma, como referente nacional actual tenemos al Presidente de la República, el Lcdo. Lenin Moreno Garcés, el mismo que, a pesar de su discapacidad, se desempeñó inicialmente como Vicepresidente de la República por 6 años, y de ahí, como el Presidente desde el 2017, tiempo que ha consolidado lo que se denomina el PNBV o Plan Nacional del Buen Vivir, que, en su anexo 12.1 inciso 1.2, literal d indica:

Desarrollar las capacidades de la administración pública para la prestación de servicios públicos de calidad con calidez, incorporando un enfoque intercultural, intergeneracional, de discapacidades, de movilidad humana y de género. (Constitución de la República del Ecuador, 2018)

Con esto, se consolidan una vez más la prioridad e igualdad de servicios en el territorio nacional sin discriminación o ausencia, precepto que SERLI apoyaba hace más de 50 años atrás, y que, cada vez más se vigorizan, apoyando la visión inicial del Centro de rehabilitación.

El padre de la Administración Científica, Frederick Winslow Taylor pone en consideración a la administración como la racionalización de los procesos productivos al diferenciar las tareas de creación y ejecución, o lo que es lo mismo, al dividir la organización de la producción (directivos, ingenieros, entre otros) de las tareas mecánicas, asegurando un mayor control de la producción por parte de los gestores (Jáuregui, 2016)

Marco teórico

Administración

Michael Porter, define la administración como: El proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional. (Porter, 2015)

Henri Fayol, señala cómo las funciones del administrador la prevención, organización, coordinación y control, que expresado en términos más actuales no es otra cosa que la planeación, organización, dirección y control. (Fayol, 1980)

Estos son los conceptos cimentaron las estructuras que definieron la administración en todo el mundo, en lo que concierne a la Administración Científica; ahora bien, si se debe mostrar los inicios de la administración en general, pues se debe anotar lo siguiente:

La administración es innata, en tiempos prehistóricos se usaba en la manera de cazar, agruparse, vivir, etc., aun sin reconocer lo que era. Al surgir las culturas se inventaron sistemas jerárquicos, particiones de poder, económico y social que instauró pautas de comportamiento y ciertos comportamientos para realizar sus rutinas, así lograr lo que querían, es aquí donde se emplearon las doctrinas de Aristóteles y Confucio como precursores de la administración. (Riquelme, 2018)

La edad media se encumbro por la gran diversidad de conquistas calculadas y organizadas que se producían con éxito y, detrás de ellas, la segmentación de tierras que muestra cierta forma de organización social conocida como feudalismo.(Riquelme, 2018).

De igual modo, los mercaderes de Venecia imprimieron pauta por la manera en que mercantilizaban, llegaban a otros lugares y obtenían aumentos significativos de productos y ganancias. A la par de la contabilidad en Italia que ya planteaban la necesidad de control y registro en libros contables de las diligencias económicas. Charles Babagge argumentaba sobre la necesidad de destrezas e instrumentos que favorecieran la ejecución de procesos, dando lugar a la división departamental, que en discrepancia con la producción, ocasiono explotación al empleado. Los problemas procedentes de esta actividad industrial, acarreó la investigación de sus causas y modeló el nacimiento de la administración como ciencia. (Riquelme, 2018).

Servicio al cliente

Calidad del servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes.

Esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa, y no sólo a las que tratan personalmente con los clientes o a las que se comunican con ellos por medio del teléfono, fax, carta o de cualquier otra forma. (Tschohl, 2014)

Arrancando con este concepto, la calidad con el servicio al cliente están conectadas de manera directa, ya que una depende de la otra para generar reacción positiva o negativa, dependiendo de la entrega de “calidad” por parte de la institución. Tienen una relación directamente proporcional, a más calidad, mejor servicio al cliente y, en el otro polo; a menos calidad, menos satisfacción como cliente se va a percibir. El servicio al cliente se da en todos los aspectos del comercio, no es necesario trato directo, con la pulcritud del local, accesos para personas con discapacidad, habilitar baños acordes para personas con discapacidad, entre otras modificaciones que indican que las personas con discapacidad han sido tomadas en cuenta, es muy reconfortante y satisfactorio a la vez ya que, la inclusión se está apoderando de los negocios, ya no están esperando que lo pidan para hacerlo, es iniciativa propia.

Como su nombre lo indica, la mejora del servicio al cliente es esencial en SERLI, ya que, como toda institución, el resultado del negocio depende de la cantidad de clientes atendidos, pero con la diferencia de que se tengan clientes satisfechos, para poder contar con el mismo en próximas ocasiones y así, asegurar la existencia del negocio.

La mayoría de las compañías no entienden que el servicio al cliente es objetivamente una acción de ventas. Servicio es “vender” puesto que incita a los clientes a retornar a la empresa con mayor frecuencia y a comprar más. De acuerdo con un estudio realizado por American Management Association, las compras realizadas por clientes leales, quienes recurren una y otra vez a una organización porque están

satisfechos con los servicios recibidos, representan 65 por ciento del volumen de ventas promedio de una empresa. (Chatterjee, 1998).

Importancia

Importancia del valor que tiene la calidad del servicio, podemos decir que el servicio retiene a los clientes que la empresa ya tiene, atrae a nuevos clientes y crea una reputación que induce a los clientes actuales y potenciales a hacer (de nuevo) en el futuro, negocios con la organización. Esos objetivos se alcanzan satisfaciendo a los clientes, quienes, a su vez, recomendarán su empresa a sus amigos y parientes. Gracias al nivel de familiaridad que existe entre ellos, crearán y, luego, incrementarán una reputación positiva y creíble de su empresa en el mercado. (Tschohl, 2014).

Satisfacción

La apreciación de satisfacción del cliente nos indica el nivel de aprobación total de la persona cuando realiza una compra o frecuenta un servicio. Es lógico indicar que mientras se tenga mayor satisfacción la posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento va a ser mayor. Es factible definir la satisfacción del cliente como el estado de ánimo de un individuo posterior a un consumo de servicios o uso de un bien, dicho estado de ánimo resulta de comparar el beneficio percibido del producto o servicio con las expectativas puestas en el mismo.

Las personas, a nivel general, reaccionan de acuerdo a estímulos, en el caso del ambiente laboral, su comportamiento dependerá de lo que ellos perciben y de lo que la empresa les brinda junto a sus gestores, ya que para el sujeto (trabajador) lo que cuenta es cómo ellos ven e interpretan la realidad de acuerdo a valores propios, aspiraciones y capacidades personales. (Pérez & Gardey, 2014).

La necesidad de conocer cómo se amplían interiormente las estructuras empresariales conlleva como primer escalón el comportamiento del individuo, mismo que se presenta por la interacción del talento humano dentro de un mismo entorno de trabajo y, como rol secundario, pero directamente influyente, el ambiente en que el individuo cumple su actividad ya que se involucran muchos factores detonantes de estímulos tales como: estructura física, iluminación, relaciones interpersonales, entre otras.

Se debe dejar claro que el ambiente de trabajo es un factor determinante en el desarrollo y desempeño del personal frente al cliente, ya que ellos van a transmitir su descontento o su compromiso empresarial al cliente final, dejando un mal sabor o una favorable visión de lo que la empresa desea transmitir a través del personal.

El contacto con el cliente es la carta de presentación de toda empresa, razón por la cual debe ser prioridad de toda institución, en especial de la institución, como lo es SERLI, el mismo que se desempeña de forma directa con personas que dependen del servicio que brinda.

Para entender mejor su concepto veamos a continuación los factores que intervienen en el servicio al cliente:

- **Amabilidad:** Amabilidad hace referencia al trato amable, cortés y servicial. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores saludan al cliente con una sonrisa sincera, cuando le hacen saber que están para servirlo, cuando le hacen sentir que están genuinamente interesados en satisfacerlo antes que en venderle, etc. (Arturo, 2015)
- **Atención Personalizada:** la atención personalizada es la atención directa o personal que toma en cuenta las necesidades, gustos y

preferencias particulares del cliente. Se da, por ejemplo, cuando un mismo trabajador atiende a un cliente durante todo el proceso de compra, cuando se le brinda al cliente un producto diseñado especialmente de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias particulares, etc. (Arturo, 2015)

- **Rapidez en la atención:** la rapidez en la atención es la rapidez con la que se le toman los pedidos al cliente, se le entrega su producto, o se le atienden sus consultas o reclamos. Se da, por ejemplo, cuando se cuenta con procesos simples y eficientes, cuando se cuenta con un número suficiente de personal, cuando se le capacita al personal para que brinden una rápida atención, etc. (Arturo, 2015)
- **Ambiente Agradable:** un ambiente agradable es un ambiente acogedor en donde el cliente se siente a gusto. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores le dan al cliente un trato amable y amigable, cuando el local del negocio cuenta con una buena decoración, una iluminación adecuada, una música agradable, etc. (Arturo, 2015)
- **Comodidad:** Comodidad hace referencia a la comodidad que se le brinda al cliente cuando visita el local. Se da, por ejemplo, cuando el local cuenta con espacios lo suficientemente amplios como para que el cliente se sienta a gusto, sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular, un lugar en donde pueda guardadas sus pertenencias, etc. (Arturo, 2015)
- **Seguridad:** Seguridad hace referencia a la seguridad que existe en el local y que, por tanto, se le da al cliente al momento de visitarlo. Se da, por ejemplo, cuando se cuenta con suficiente personal de

seguridad, cuando se tienen claramente marcadas las zonas de seguridad, cuando se tienen claramente señalizadas las vías de escape, cuando se cuenta con botiquines médicos, etc. (Arturo, 2015)

También (Neyra, 2002), nos dice que es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo, recordemos que el servicio al cliente es una potente herramienta de marketing. Para determinar las demandas del cliente se debe realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno.

Debemos tratar de compararnos con nuestros competidores más cercanos, así detectaremos verdaderas oportunidades para adelantarnos y ser los mejores.

Características del servicio al cliente

Para (Violante, 2014), todos mis clientes tienen un enorme valor, son míos y creen en mí, así durante su participación en Growth, el evento de Entrepreneur dirigido a las Pymes, Shahin destacó que la calidad en el servicio es la clave para retener y ganar clientes, es decir, es la mejor estrategia de ventas que existe.

A la gente se le convence con la razón, pero se le mueve con la emoción, durante su ponencia donde explicó que es vital que una empresa sepa para qué existe, cuál es su razón de ser, para poderse comunicar al cliente.

Existen diferentes formas de atención al cliente, en función del criterio que se utilice para su clasificación. Se trata de diferentes maneras en las que se da la interacción con nuestros clientes, teniendo en cuenta distintas variables (Peralta, 2014):

Atención presencial

En este caso, se produce un encuentro físico con el cliente, sin las barreras ni interferencias que ocasiona el trato telefónico o a través de otras vías, como el correo electrónico. Se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel muy importante. (Peralta, 2014)

Atención telefónica

Este tipo de atención al cliente exige que se cumplan una serie de normas, si usted desea lograr su plena satisfacción. El hecho que no podamos observar las posibles reacciones del interlocutor hace que tengamos que poner más esfuerzos y demostrar una actitud diferente a la presencial. (Peralta, 2014)

Atención virtual

Con la entrada de las nuevas tecnologías y el auge del comercio electrónico, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras. Ya sea por correo electrónico o a través de la misma web donde se ofrecen los productos, el cliente, en este caso, valora la atención recibida por otros parámetros, como el correcto funcionamiento de la página, el sistema de pago y de entrega, la premura en la respuesta ante dudas vía correo electrónico, etc. (Peralta, 2014)

Para poder ubicar el problema de mejor forma, se debe analizar tanto un contexto general como uno específico; en el contexto general se puede empezar analizando a las organizaciones, mismas que no funcionan por si solas, ya que dependen del Talento Humano seleccionado, el mismo que se caracteriza por ser un capital intangible y primordial para su

existencia; el autor clásico (Chatterjee, 1998) comenta que las organizaciones se convierten en organismo humano, existiendo sinergia entre los sujetos, para lo cual no es la unión de bloques y piedras hasta construir una pared, si no que unen afinidad, que conectan esfuerzos.

Es por eso que resulta primordial la correcta selección de personal para el desarrollo idóneo de metas administrativas; para mantener el ente en un estatus de progreso y subsistencia en este mundo globalizado. No basta con exclusivamente llenar la vacante, se debe profundizar en la selección del personal hablando de actitudes y de aptitudes del postulante.

En Ecuador actualmente el gobierno ecuatoriano a través de SENPLADES tiene aprobado un marco legal “Plan Nacional del Buen Vivir”, el que cuenta con objetivos alineados al trabajo en las organizaciones, antes que no solo deben desarrollarse con apuntes a la producción y su rentabilidad, sino que estos ejes deben responder a mejores condiciones de trabajos a los individuos, con la finalidad de que exista un entorno adecuado que brinde salud, seguridad e higiene ocupacional y bienestar al trabajador, para así facilitar la integración de los intereses individuales, grupales y de la organización logrando su máximo potencial hacia el cumplimiento de metas.

El amparo de este marco legal hoy por hoy, permite alinear a los gestores de las organizaciones a que realicen mejoras en las empresas propiciando ambientes adecuados, considerando que el talento humano no es solo parte del factor de la producción, sino que también se debe de aprovechar sus potencialidades para alcanzar los objetivos.

El cumplimiento de metas y objetivos se relaciona con el liderazgo y directamente con la atmósfera del clima organizacional. Se precisa comentar que la buena armonía entre los líderes y los subalternos reflejará el alcance de bienes comunes para los cuales están unidos, la

máxima productividad como consecuencia de su mejor desempeño. De esta interrelación se refleja un buen clima laboral. Contradictorio a lo mencionado, un mal clima laboral es consecuencia de conflictos y malos entendidos, destruyen, desorientan y su afectación se reflejará en los sujetos con su poco grado compromiso e involucramiento influyendo en la productividad.

Tipos de clientes

Según (Thompson, 2017), no existe una única clasificación. De hecho, es posible que cada área de negocio tenga la propia, pues en ocasiones no en todas, claro son los espectros comerciales los que acaban forjando el carácter de los clientes. Sin embargo, una lista con los perfiles más habituales de clientes podría resumirse así:

Clientes apóstoles o evangelistas:

Son aquellos que manifiestan el más alto nivel de compromiso con la marca, los productos y el negocio en general. También suelen conocerse como embajadores de buena voluntad, pues en sus círculos de acción son verdaderos líderes cuando se trata de difundir el mensaje de nuestra empresa.

Clientes fieles o leales

Los leales son clientes que nunca nos fallan, aunque no manifiestan de forma tan abierta su compromiso con la marca como los clientes apóstoles. Personaliza tu marca para motivar tus compradores con un valor añadido para que elijan la marca por encima de la competencia.

Clientes indiferentes

Este grupo de consumidores se caracteriza por tener una actitud neutral hacia un producto. No sienten ni atracción ni rechazo hacia lo que les ofrecemos. Son de los más difíciles de captar, pues implica un doble

esfuerzo: el de sacarlos de su esquema y el de seducirlos con nuestra propuesta. Aun así, pocos acaban por sumarse a una determinada marca.

Clientes rehenes

La característica principal de estos clientes es que, aun cuando no están del todo contentos con la marca, permanecen ligados a ella. Es decir, no se atreven a romper completamente el vínculo. Esto se debe a factores como el monopolio de una empresa en ciertos sectores comerciales o la falta de mejores alternativas. No se recomienda mantener un cliente en estas condiciones, pues en cuanto aparezca una mejor oferta, no dudará un segundo en mudarse de compañía.

Clientes mercenarios

Son los que no priorizan la calidad del producto ni sus características, sino más bien las condiciones en las que éste se ofrece. Por ejemplo, no dudan en cambiar de marca si les ofrecen un precio más bajo. No tienen preferencia por alguna oferta en concreto ni demuestran fidelidad.

Clientes potencialmente desertores

La relación de estos clientes hacia el producto generalmente está atravesada por situaciones negativas o insatisfactorias. Esto ha hecho, con toda razón, que su nivel de compromiso hacia la marca disminuya y que, en el peor de los casos, se conviertan en pregoneros de la mala experiencia. Son esos clientes que aún no se han ido, pero que seguramente no tardarán en hacerlo.

Agresivos

Es el cliente fácilmente irritable y que siempre quiere que le den la razón, aun cuando no la tenga. Tiene un carácter fuerte, difícil, y para seducirlo o ganarse su confianza es necesario emplear todos nuestros recursos.

Al menor error o fallo, es posible que se dé de baja de nuestro servicio. Sin embargo, también es posible que su actitud sólo sea una manera de

exigir un buen servicio y que no efectúe su plan de marcharse a otra compañía.

Clientes impacientes

A este cliente no lo mueven los detalles ni las explicaciones; lo que realmente le importan son las soluciones a su problema. Se quedará con la marca que sepa atender con mayor rapidez sus solicitudes.

Clientes indecisos

Se ubican en el mismo espectro que los clientes indiferentes, pero a diferencia de éstos sí que demuestran algún interés por lo que se le ofrece. El asunto no es que presten atención; el tema pasa por seducirlos para que realicen una buena elección. Les cuesta decidir, generalmente entre dos o más opciones, y por ello la mejor manera de captarlos es a través de un discurso breve, eficaz y directo.

Clientes objetivo

El carisma, la simpatía y la facilidad de palabra no convencen a este cliente, al menos de entrada, pues su prioridad es valorar si lo que le ofrecen supone un verdadero beneficio para sus necesidades. No es agresivo, pero no se implica como quisiéramos en la situación; la clave para convencerlos es suministrarle información, datos, cifras y otros elementos de juicio.

Estrategias de marketing para no perder clientes

Según Regis McKenna (2015), la globalización y el aumento de la oferta de productos y servicios extranjeros disminuyen cada vez más la fidelidad a una marca y afirma que: En una época de opciones explosivas y cambios imprevisibles de numerosas ofertas para los clientes, las empresas se enfrentan con la culminación de la fidelidad.

Para hacerle frente a este escenario muy particular, el autor sugiere emplear un modelo administrativo empleando el marketing que logre integrar al cliente fiel a la empresa mediante una relación constante con la misma. Este tipo de estrategia se ve frecuentemente en el sector de tarjetas de crédito, bancos y hoteles. Se debe tener en cuenta que el éxito de las empresas de servicio y sus marcas influyentes van a depender de manera directa de las relaciones de satisfacción del cliente.

Razón por la cual, el principio fundamental de toda empresa, ya sea de oferta de productos o de servicio, será la de construir buenas relaciones, ya que los negocios buenos son consecuencia de aquellas relaciones, dándole una mayor credibilidad al paradigma que se afirma en el sector administrativo, el mismo que dice que conquistar a un cliente resulta de entre 5 a 10 veces más caro que mantenerlo a gusto.

En el caso de las empresas de servicio, debido a que los mismos, por su carácter, resultan intangibles, existe la creencia de que es más complicada la labor de lograr establecer lealtad al servicio que al producto tangible en sí, con el agravante de que el servicio no se puede mantener en procesos de inventario, ya que también por su carácter y naturaleza, debe consumirse en el mismo momento que se lo entrega. Así tenemos como ejemplos básicos a hoteles o clínicas, cuyos directivos cuidan mucho su imagen y tratan de buscar clientes a todo momento, ya que una cama no utilizada significa un costo no cubierto, y esto a la larga, puede prever una debacle en el negocio.

En esta investigación, se pretende dejar establecido que se deben investigar los deseos y las necesidades de los consumidores para poder ofrecerles innovadoras soluciones que la competencia no contemple y así, proveer la ventaja diferenciadora y preferente a nuestro servicio. Según indica el libro *Marketing de Servicios*, (Cobra, 2010), cada servicio ofrecido al mercado debe combinar aspectos tangibles, perfectamente

identificados y valorizados por los clientes consumidores, con aspectos intangibles que las personas no perciben de manera directa, pero que contienen una gran cantidad de premios que busca agregar a sus servicios, una atención que encante a sus clientes y los traslade, en lo posible, al deslumbramiento.

Características del sector de servicios

Según lo que indican varios autores, se coincide en indicar que las características principales de los servicios son 4, los mismos que se detallan a continuación:

- Intangibilidad
- Relación con los clientes
- Perecederos
- Inseparabilidad

Intangibilidad

Un servicio, por su naturaleza, posee esta característica, misma que es su pilar, su fuerza primordial que se debe resaltar, como por ejemplo: una sala de cine IMAX ofrece el mismo servicio que otras salas, el detonante para preferir a las salas IMAX son su confort, status, dimensiones de pantalla, sonido y demás características que la marca vende como lo es el vivir desde adentro la experiencia cinematográfica, no se trata solo de ver, se trata de sentirla.

Otros ejemplos más clásicos serían las de un restaurante de lujo, el mismo que vende al cliente ambiente y una sensación de prestigio, de igual forma, el monstruo de la diversión, como se lo conoce a Disneyland, no nos vende productos en sí, sino que vende entretenimiento, vende un escape a un mundo de fantasías, vende ilusiones y recuerdos imborrables de la mente de todo el que lo experimenta.

Relación con los clientes

Según (Cobra, 2010), muchos servicios no pueden producirse sin la presencia y cooperación del cliente, ya que no es posible almacenarlos y se producen en el instante en que se consumen, por ejemplo, como dueño de algún centro terapéutico, no puedo venderle al cliente alivio de sus músculos, si no le he provisto de algún masaje corporal que alivie los síntomas con los que llegó inicialmente. Se puede citar como referencia general a Federal Express, el mismo que es pionero en la agilidad de entregas de encomiendas, pero no se puede experimentar sin antes vivirlo de manera personal, razón por la cual, desde inicios del año 93, a todos los clientes entrega un código tracker o buscador, para poder ubicar en manera real, el tránsito de su encomienda y verificar status.

De aquí también se desprende el término de Heterogeneidad, el cual nos indica que cada actividad con un cliente se muestra de manera personalizada, irrepetible, única, ya que, a pesar de ofertar el mismo masaje para aliviar el dolor de músculos, la presión ejercida en el mismo, la intensidad de la pulsación, el grado de dolor, entre otras variantes van a ser distinta la operación, a pesar de que a función del masaje sea la misma.

Perecederos

Cuando es necesaria la presencia del cliente al momento de otorgarle un servicio, la empresa que provee el mismo debe estar atenta a la disponibilidad del cliente ya que los servicios son perecederos; en otras palabras, no se los puede almacenar para ser consumidos posteriormente. Tenemos, por ejemplo, los servicios que brinda una institución educativa, en donde, si algún estudiante falta, la clase es impartida y el servicio otorgado se pierde, sin opción a recuperarla, y si lo hace, será por su cuenta, ya no por el docente encargado de dar la clase en el momento que se estuvo ausente. Por tanto, los servicios médicos, educativos, los servicios aéreos, el alquiler de vehículos, entre otros

muchos servicios impartidos, deben ser consumidos en el momento de su producción ya que, por sus características, no se pueden almacenar para un posterior consumo.

Inseparabilidad

Nuevamente Marcos Cobra (Cobra, 2010), muy acertadamente indica que el servicio depende del desempeño, de manera directa de los empleados, quienes son la parte esencial del mismo; por ende, el sector de servicios se caracteriza casi siempre por la mano de obra inmersa.

Douglas Hoffman (2016) confirma esta conceptualización a través de su libro Marketing de servicios, donde indica que la inseparabilidad es una característica distintiva de los servicios que refleja la interconexión entre el proveedor de servicios, cliente involucrado en la recepción del servicio y otros clientes que comparten la misma experiencia de servicio. Hoffman indica además que este contacto directo con el cliente produce lo que se denomina “incidente crítico”, definido como la interacción específica entre un cliente y un proveedor de servicios, en la cual, se juega una oportunidad tanto para pérdidas como para ganancias en lo que concierne a la satisfacción y retención del cliente.

Relación de servicios con el servicio que brinda SERLI

Según lo que indica el Ministerio de Inclusión Económica y Social, este facilita atención a personas con discapacidad en circunstancias de pobreza o extrema, pobreza a nivel nacional, a través de Centros de Administración directa y entidades cooperantes en las tres modalidades de atención. (Social, 2019)

La atención facilitada a personas con discapacidad es gratuita y se ejecuta mediante un patrón de atención fundamentado en la persona con una visión de derechos encaminado a fomentar las habilidades y

capacidades individuales, familiares y comunitarias de quienes coexisten con la condición de discapacidad en el Ecuador.

El perfeccionamiento de habilidades de la persona con discapacidad comprende las áreas de censo-percepción, cognitiva, comunicación, acciones de la vida diaria, motricidad, habilidades sociales, habilidades pre-vocacionales y hábitos de trabajo. (Social, 2019) Para la oferta de los servicios orientados a las personas con discapacidad, se han establecido tres modalidades a nivel nacional, mismas que se detalla a continuación, gracias a lo publicado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social:

Centros Diurnos de Desarrollo Integral para personas con Discapacidad

Se encarga de potenciar el desarrollo de las habilidades de las personas con discapacidad física, intelectual y/o sensorial a través de un trabajo conjunto con la familia y la comunidad. El servicio se presta en jornadas de ocho horas diarias, durante los cinco días hábiles de la semana. (Social, 2019).

Centros de Referencia y Acogida

Brindan atención especial a personas mayores de 18 con discapacidad mayores física, intelectual y/o sensorial en condiciones de abandono y/o carentes de referente familiar, que requieren acogimiento institucional de forma emergente, temporal o permanentemente. Un centro de acogida presta atención las 24 horas, los 365 días al año. (Social, 2019).

Atención en el Hogar y la Comunidad

Orientado a las personas con discapacidad, quienes, por su grado de discapacidad intelectual, física y/o sensorial, así como por su ubicación geográfica, no pueden acceder a otros servicios. Se trabaja con técnicos

que realizan visitas domiciliarias, para fomentar el desarrollo de habilidades de las personas con discapacidad y fortalecer las capacidades familiares y comunitarias. (Social, 2019).

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor Capítulo I

Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor Principios Generales

Art. 1.- **Ámbito y Objeto.** - Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias.

En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor. El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica entre las partes.

Capitulo II

Derechos y obligaciones

De los consumidores

Art. 4.- **Derechos del Consumidor.** - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;

3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;

Se debe aclarar que los numerales enlistados en el párrafo anterior son los que resultan representativos para la presente investigación.

Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 1: Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular

Numeral 1.2.- Garantizar la prestación de servicios públicos de calidad con calidez

d. Desarrollar las capacidades de la administración pública para la prestación de servicios públicos de calidad con calidez, incorporando un enfoque intercultural, intergeneracional, de discapacidades, de movilidad humana y de género.

Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 2: Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad

2.2. Garantizar la igualdad real en el acceso a servicios de salud y educación de calidad a personas y grupos que requieren especial consideración, por la persistencia de desigualdades, exclusión y discriminación

Literal h.- Generar e implementar servicios integrales de educación para personas con necesidades educativas especiales asociadas o no a la discapacidad, que permitan la inclusión efectiva de grupos de atención prioritaria al sistema educativo ordinario y extraordinario.

Ley Orgánica de Discapacidades

Título I

Principios y disposiciones fundamentales

Capítulo Primero

Del Objeto, Ámbito y Fines

Artículo 1.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto asegurar la prevención, detección oportuna, habilitación y rehabilitación de la discapacidad y garantizar la plena vigencia, difusión y ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad, establecidos en la Constitución de la República, los tratados e instrumentos internacionales; así como, aquellos que se derivaren de leyes conexas, con enfoque de género, generacional e intercultural.

Variables de Investigación. Conceptualización

Variable dependiente: Servicio al cliente

Variable independiente: Satisfacción al cliente

Servicio al cliente: Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.(Escolme, 2019)

Satisfacción al cliente: La noción de satisfacción del cliente representa el grado de conformidad del individuo cuando este efectúa una compra o utiliza un servicio. Esto indica que conservar satisfecho al cliente es primordial para cualquier empresa o institución. Los especialistas en administración aseveran que es más fácil y mucho más barato volver a vender algo a un cliente habitual que conseguir un nuevo cliente.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

TALENTO HUMANO: Se refiere a la persona con capacidad intelectual alta para determinada ocupación; entiende y comprende, posee la habilidad de solucionar problemas dado que maneja habilidades, destrezas y tiene experiencia necesaria para lidiar con estos imprevistos. Puede operar eficazmente en una actividad debido a su capacidad y destreza para el correcto desempeño de las actividades encomendadas.

MARCA: Según AMA (2019): Marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores.

RECONOCIMIENTO: La acción de distinguir a un sujeto o una cosa entre los demás. Dicho reconocimiento se logra a partir del análisis de las características propias de la persona o el objeto. Cuando se reconoce, se concreta la individualización o la identificación. (Definición, Definicion.de, 2014).

POSICIONAMIENTO: Es el lugar dentro de la mente del consumidor que ocupa una marca, producto, servicio o empresa, dependiendo de las distintas estrategias de promoción y publicidad que esta realice. El posicionamiento se edifica a partir de lo que piensa el consumidor sobre nuestra marca en particular.

COMPETENCIA: Un producto, organización o individuo, que pueden estar tanto en igual como en distinta categoría y que puede ser directamente suplantado.

Rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio. (Definición, Definición, 2019).

CONSUMIDORES: Entiéndase como consumidores tanto a los individuos o conglomerados de personas (hogares) que adquieren bienes o servicios producidos en la economía para su uso y agotamiento. Término genérico empleado para agrupar y determinar a personas que resuelven comprar un determinado bien o servicio.

DISCAPACIDAD: La discapacidad es un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás". (Convención sobre los derechos de las personas, 2016).

CLIENTE INTERNO: Es el recurso humano de una organización, la parte más importante de la mismas, quien es el responsable de tomar un producto que es el resultado de un proceso, para luego realizar el proceso correspondiente a sus funciones y así entregar a otro elemento de la empresa o al cliente externo el resultado del mismo. (AMA, 2019).

CLIENTE EXTERNO: Es a quien va dirigido el producto o servicio que oferta la empresa para satisfacer sus necesidades. Es quien genera un criterio de valor de acuerdo a la atención recibida de la empresa en general, a través de la medición de los servicios adicionales que la misma ofrece. (AMA, 2019)

MOTIVACIÓN: Busca destacar y valorar los objetivos y las necesidades individuales; es cuando las personas son tomadas en cuenta como personas y no como recursos productivos. Esto provoca un consenso entre la alta gerencia y los empleados para establecer medidas que mermen las necesidades y carencias, enfocándose en el desarrollo profesional. (Macías, 2015)

CAPITULO 3 METODOLOGÍA

Nombre completo: SERLI. - Sociedad Ecuatoriana Pro – Rehabilitación de los Lisiados.

Rama: Salud, terapéutica y rehabilitación

Fecha de constitución: 1959 – 05 - 23

Objeto social: Es una Institución pionera en la rehabilitación física, autónoma, sin fines de lucro; creada con el objetivo de servir a las comunidades en general, y en especial a la discapacidad.

Misión: SERLI es una organización que presta servicios a la comunidad para rehabilitar a las personas con Discapacidad que busca alcanzar una mejor calidad de vida a través de la integración, capacitación y concienciación desarrollando sus propias habilidades y destrezas.

Visión: Organismo no Gubernamental para la Discapacidad sin fines de lucro que trabaja con y para las personas con discapacidad, constituida como una Fuerza de Impacto, para lograr el respeto a la diversidad colectiva, mejorando la Calidad de Servicios de sus miembros para revertirlos a su población, transformándolos en sujetos sociales y productivos.

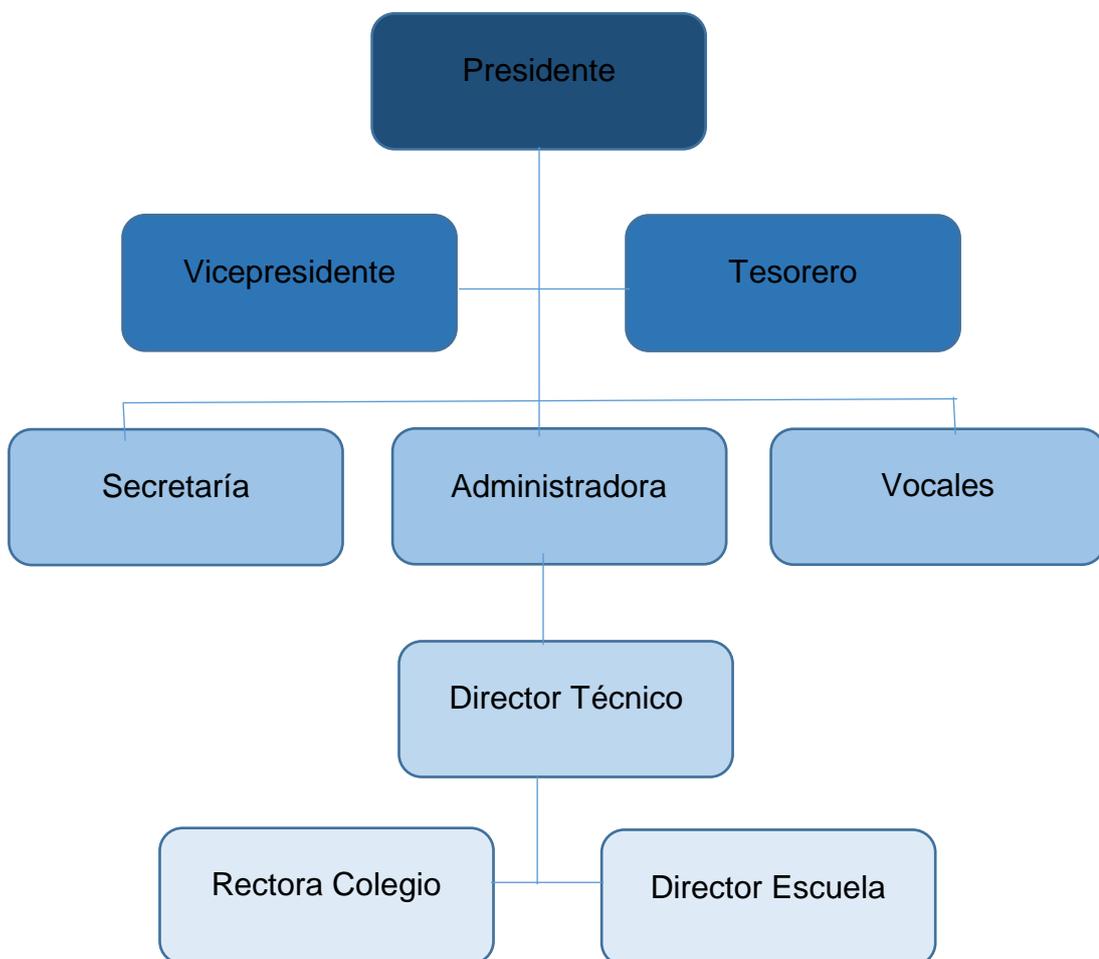
Clientes: Al hablar de clientes, la división es extensa, ya que constan cinco áreas de atención donde se brindan distintos servicios a la comunidad.

Estas áreas son:

- Centros Médicos
- Escuela especial de integración e inclusión
- Colegio técnico para discapacitados
- Taller de Madera
- Taller de Órtesis y prótesis

Estructura Organizativa.

Principales áreas de la Empresa



Fuente: SERLI

Elaborado por: Alejandra Paz

Esta es la plantilla que se establece desde 1989, donde se deja un reglamento avalando el organigrama.

Hasta la actualidad no existen cambios en la estructura, y desde la fecha en mención a la actualidad, ha existido tres cambios de mando total, siendo el último presidente el Ing. José Centeno Abad

Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional

Sociedad Ecuatoriana Pro - Rehabilitación de los Lisiados	
Clasificación trabajadores por área	
<i>Presidencia</i>	1
<i>Vicepresidencia</i>	1
<i>Tesorería</i>	1
<i>Secretaría</i>	1
<i>Administrador General</i>	1
<i>Staff Médico</i>	18
<i>Vocales</i>	7
<i>Director Técnico</i>	1
<i>Rectora Colegio</i>	1
<i>Maestros</i>	8
<i>Director Escuela</i>	1
<i>Maestros</i>	11
TOTAL	52

Fuente: SERLI

Elaborado por: Autora del documento

Competidores más importantes

- Fundación JUCONI
- Fundación OSI –Organización Social para personas impedidas
- Fundación Children Internacional

Se pueden catalogar como competidores, pero en el caso de estos, ofrecen servicios gratuitos y enfocados en ciertas especialidades, que a pesar de que todos ofrecen atención a personas con discapacidad, no destinan los mismos criterios de discapacidad en las personas, ya que son ofertas similares e inclusive, servicios que SERLI no ofrece.

Proveedores

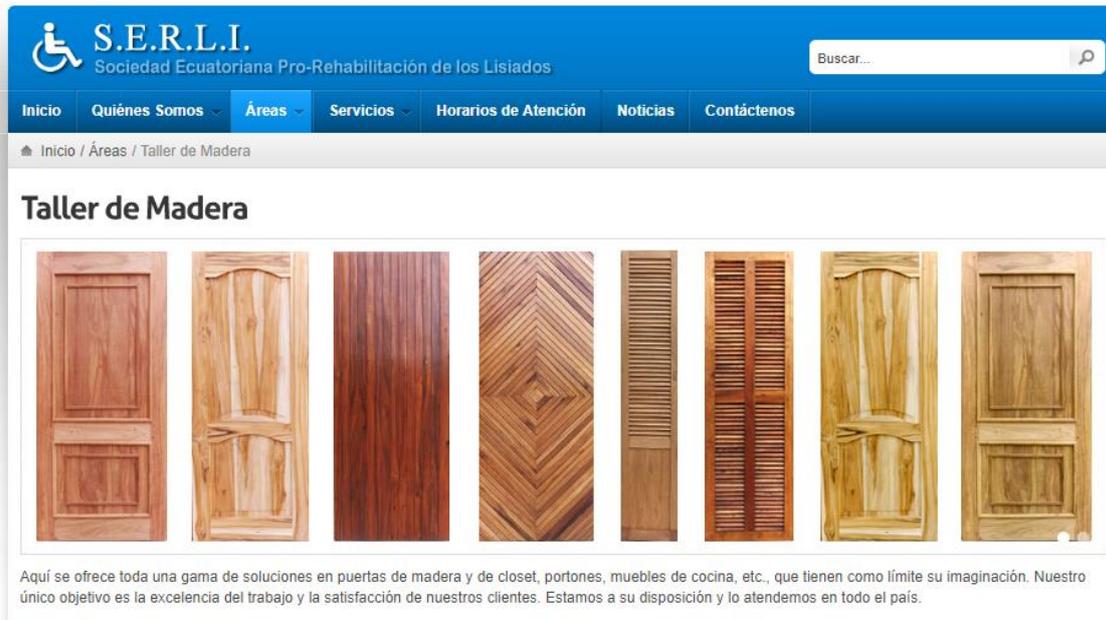
SERLI como institución de manera general, tiene muy pocos “proveedores”, ya que es una institución sin fines de lucro y en su mayoría trabaja a través de la entrega de insumos por medio de donaciones por parte de diversas entidades siendo así el pilar fundamental en el sustento de SERLI, pero, por razones de anonimato, no se supo indicar las personas y/o instituciones que brindan, sin esperar retribución económica alguna, las distintas donaciones con las que complementa su existencia esta loable institución.

Ahora bien, en su parte de producción, refiriéndose de manera directa al ingreso adicional que genera la institución para mantener áreas específicas de rehabilitación, tenemos dos fuentes directas que son:

- Taller De Madera
- Taller De Órtesis y Prótesis

En ambos casos, se trabaja bajo pedido de los clientes, rara vez se encuentra producción en bodega o en stock para uso inmediato, ya sea puertas de madera y de closet, portones, muebles de cocina, etc., así como andadores, collarines, bastones, plantillas, muletas entre otros, a continuación se detalla los proveedores básicos de estos dos talleres.

TALLER DE MADERA SERLI



Aquí se ofrece toda una gama de soluciones en puertas de madera y de closet, portones, muebles de cocina, etc., que tienen como límite su imaginación. Nuestro único objetivo es la excelencia del trabajo y la satisfacción de nuestros clientes. Estamos a su disposición y lo atendemos en todo el país.

Fuente: página principal de SERLI (web)

Maderera Sandrita, Guayaquil.

Este proveedor ofrece todo tipo de madera tales como Chanul, Dura, Semidura, Laurel, Alcanfor, Seike, Teca, Guayacán, Roble, entre otras. Vigas, Tablones, Cuartones, Tiras o en la medida que necesite. Lleva más de 25 años trabajando con SERLI en lo que corresponde a proveer madera para los distintos pedidos que tiene. Anteriormente trabajaba en conjunto con MADERAS ORIENTE, pero el local cerró, razón por la cual SERLI centraliza todos los pedidos a Maderera Sandrita.

Para el resto de insumos que se necesitan en la fabricación de los distintos tipos de muebles que oferta el Taller de SERLI, se tiene firmado un convenio hace más de 10 años con **FERRETERIA ESPINOZA**, los cuales proveen el resto de insumos necesarios para la fabricación a un 50% menos del precio de costo para la ferretería, es decir, el descuento se lo hacen a SERLI del costo directo del fabricante a la Ferretería, no del

PVP ofertado, dejando a un precio sumamente conveniente para la institución.

TALLER DE ÓRTESIS Y PRÓTESIS



S.E.R.L.I.
Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los Lisiados

Inicio Quiénes Somos **Áreas** Servicios Horarios de Atención Noticias Contáctenos

Inicio / Áreas / Taller de Órtesis y Prótesis

Taller de Órtesis y Prótesis



Estamos en la capacidad de fabricar mobiliarios para Rehabilitación Personal, así como para establecimientos que ofrecen estos servicios. Se fabrica Órtesis y Prótesis de acuerdo a la evaluación de nuestros médicos.

Fuente: página principal de SERLI (web)

Como proveedor de recursos materiales para este Taller tenemos a FERROMETAL Y PRODUMEDIC, ambos proveedores a muy buen precio de metal y accesorios varios para el ensamblado de las distintas piezas que se venden bajo pedido. De igual forma, JOLFAMAR, es el proveedor de todos los soportes de caucho y partes flexibles que se incluyen en muletas, bastones y demás artículos fabricados en el Taller. Los tres proveedores mencionados con anterioridad, tienen firmado un compromiso de venta con el 40% de descuento del valor de PVP normal.

Principales servicios

S.E.R.L.I. en la actualidad y por medio de sus diferentes instalaciones, presta los servicios de medicina general, neurología, fisiatría, cirugía

plástica, ortopedia, ginecología, laboratorio clínico y terapias psicológicas, servicios que le han otorgado prestigio en de la comunidad, que se extiende a la parte médica, y la atención que se brinda en una escuela especial a por lo menos 200 niños especiales, que presentan problemas físicos y fallas de aprendizaje; además, el Instituto Superior de Carreras Intermedias para Jóvenes Discapacitados y un taller donde trabajan personas especiales.

El análisis o descripción de puestos de trabajo (APT) se define como el proceso de identificación a través de la observación, la entrevista y el estudio, de las tareas, actividades, los factores técnicos y ambientales del puesto; así como las habilidades, conocimientos, aptitudes y responsabilidades que se requieren del trabajador para la ejecución satisfactoria de la ocupación.

El óptimo desempeño se puede ver afectado en los distintos puestos de trabajo debido al clima organizacional nublado tanto por factores intrínsecos-motivadores, como por la ausencia de reconocimientos; no se incentiva el crecimiento interno, reconocimiento por logros de objetivos, desarrollo profesional, entre otros, y factores extrínsecos-higiénicos, entre los que cuenta la supervisión, las condiciones físicas.

Las actividades que se realizan al momento de realizar las terapias son:

Rehabilitación: Es una particularidad que coordina y asegura la puesta en marcha y aplicación de todas las medidas encaminadas a prevenir o a reducir al mínimo las consecuencias funcionales, físicas, psíquicas, sociales y económicas de las deficiencias o de las discapacidades, utilizando para ello diversos métodos de evaluación funcional, proponiéndose objetivos terapéuticos específicos para cada caso,

diseñando pautas de tratamiento personalizadas y estableciendo el pronóstico rehabilitador a cada individuo, según la magnitud de su discapacidad.

Rehabilitación intensiva: Se refiere al incremento de las sesiones de tratamiento aplicadas al paciente, de las veces que este recibe atención en cada jornada (casi siempre más de dos veces), sin que esto signifique aumento del número de procedimientos previamente indicados para cada sesión. Los pacientes graves no son buenos candidatos a tratamientos intensivos de rehabilitación, por lo que estos se reservan para aquellos que ya se encuentran en la etapa subaguda o crónica de su enfermedad.

Rehabilitación del paciente grave: Se basa en una valoración más integral y multidisciplinaria, capaz de prever con tiempo suficiente todas las posibles secuelas acarreadas por la enfermedad o lesión y que en el futuro se constituirán en limitantes físicas o mentales (discapacidades) de no ser diagnosticadas y tratadas a tiempo, muchas de ellas perfectamente previsibles y abordables. Se trata de procedimientos precoces poco invasivos, gentiles, tolerables y adecuados al estado de cada paciente, generalmente encaminados a conservar la indemnidad de las estructuras y funciones que no han sido involucradas en el proceso patológico, así como al rescate de patrones funcionales comprometidos, teniendo en cuenta que implica la disminución de las posibilidades recuperativas. s.

Descripción del proceso objeto de estudio

Actualmente en SERLI presta atención en 28 especialidades distintas, que van desde Laboratorio Clínico, cirugía general y traumatología, hasta terapias de lenguaje, cada uno de estas especialidades con su representante a la cabeza, que, en algunos de los casos, maneja entre 1 a 4 profesionales más, todos guiados por una sola consigna; prestar

servicios a la comunidad para rehabilitar a las personas con discapacidad que buscan alcanzar una mejor calidad de vida a través de la integración, capacitación y concienciación desarrollando sus propias habilidades y destrezas.

A continuación, se presenta toda la oferta de SERLI a sus clientes:

Ilustración 2 Servicios de SERLI

Horarios de Atención

Selecciona uno de nuestros centros.

S.E.R.L.I. Matriz
S.E.R.L.I. Norte
S.E.R.L.I. Sur

<p>CARDIOLOGÍA Dr. Javier Arteaga Menéndez Sábado 9h00</p> <p>CIRUGÍA GENERAL Dr. Prospero Pasantes Saona Lunes a Viernes - Tarde Previa Cita</p> <p>CLINICOS Dra. Mirella Cabrera Carabajo Lunes a Viernes 9h00 a 12h00</p> <p>Dra. Ivonne Garay Galón Martes, Miércoles y Jueves 17h00 a 18h00 Sábado de 9h00 a 12h00</p> <p>DERMATOLOGÍA Dr. Oscar Cedeño Macías Sábado 9h00 a 12h00</p> <p>Dra. Marcla Ramirez Castro Martes y Jueves 13h00</p> <p>FLEBÓLOGO - LINFOLOGO (Varices) Dr. Victor Villota Mendieta Lunes y Viernes 12h30 en adelante Miércoles 13h00 - Tratamiento Varices</p> <p>DIABETOLOGO-ENDOCRINOLOGO Dr. Pablo Segarra Vera Martes 9h00 a 11h00</p> <p>FISIATRÍA Dr. Renato Jimenez Lunes a Viernes 9h00 a 13h00</p> <p>Dra. Luz Fajardo Guerrero Lunes 14h30 en adelante Martes y Jueves 16h00 a 17h00</p> <p>Dr. Oswaldo Rivas Miércoles 8h00 a 9h00 Sábado 8h30 a 12h30</p> <p>GAstroENTEROLOGÍA (Niños y Adultos) Dra. Mayelin Dominguez Lunes a Viernes 11h00 a 12h00 y 16h00 a 18h00 - Previa Cita</p> <p>GINECOLOGÍA Dra. Jenny Rosado Sábado 9h00 a 12h00</p> <p>NEUMOLOGÍA Dr. Ludwig Greeely Sud Lunes y Viernes 14h00 a 16h00</p> <p>OPTOMETRISTA Lcdo. Carlos Agullera Lunes a Viernes 10h00 a 14h00</p>	<p>PEDIATRÍA – NEONATOLOGÍA Dra. Dora León Navarrete Lunes, Miércoles y Viernes 9h30 a 12h00</p> <p>PROCTÓLOGO (Cirujano) Dr. Manuel Villa Lunes a Viernes 11h00 a 12h00 y 16h00 a 18h00 - Previa Cita</p> <p>PSICOLOGÍA Dr. Marión Salazar Chávez Lunes a Viernes 15h00 a 17h00 Sábado 9h00 a 12h30</p> <p>PSIQUIATRÍA Dr. Tyrone Lara Sábado - Previa Cita</p> <p>REUMATOLOGÍA Dra. Sara Vargas López Miércoles y Jueves 9h00 a 11h00</p> <p>TRAUMATOLOGÍA Dr. Higinio Malave de la Espriella Lunes a Viernes 8h00 a 14h00 Sábado de 9h00 a 12h00</p> <p>Dra. Anany Alvarado Silva Lunes a Viernes 16h30 en adelante</p> <p>Dr. David Murillo Pizarro Lunes y Miércoles 16h00 a 18h00 Martes y Viernes 12h30 a 16h00 Sábados: 8h00 a 9h30 (Jueves No Labora)</p> <p>Dr. Alfredo Bravo Vélez Viernes 15h00 en adelante</p> <p>Dr. Climaco Figueras Montalvan Lunes, Martes y Viernes 8h00 a 12h00 Miércoles y Jueves 12h00 a 15h00</p> <p>TERAPIA DE LENGUAJE Tlga. Med. Magali Acosta Godoy Martes 15h00 Sábado 10h30 en adelante</p> <p>Tlga. Med. Karina Mayorga Lunes, Martes, Miércoles y Viernes 8h00 a 12h00</p> <p>Tlga. Med. Teresa Leonor Panchana Solorzano Lunes a Viernes de 14h00 a 16h00</p> <p>TERAPIA RESPIRATORIA Tlga. Med. Mariela Murillo Aragón o Haydee Murillo Aragón Lunes a Viernes 13h00 a 15h00</p>	<p>TERAPIA ESTIMULACION TEMPRANA Y OCUPACIONAL TM. Carlos Intriago Lunes a Viernes 8h00 a 12h00 (Estimulación Temprana) Lunes a Viernes 13h00 a 15h00 (Terapia Ocupacional)</p> <p>TERAPIA DE PISCINA Loda. Miriam Moncayo Manzano Martes y Jueves 12h00 a 15h00 Sábado 9h00 a 12h00</p> <p>FARMACIA Dra. Ligia Rojas Vallejos Lunes a Viernes de 8h30 a 18h00 Sábados 8h30 a 12h00</p> <p>LABORATORIO CLÍNICO Dra. Laura Cedeño Macías Lunes a Viernes 8h00 a 17h00 Sábado 8h30 a 12h00</p> <p>RAYOS X Dr. Mario Rendón Solorzano Lunes a Viernes 9h30 a 17h00 Sábado 10h00 a 12h00</p> <p>AUDIOMETRÍA Dr. Olmes Garzon Paga en SERLI y los atiende en consultorio particular</p> <p>EXAMEN DE ELECTROMIOGRAFÍA Dr. Hugo Evangelista Arriclaaga Coneuerra Sábados 09h00 - Previa Cita</p> <p>EXAMEN DE ELECTROENCEFALOGRAMA EN VIGILIA/SUEÑO, FISIOLÓGICO/INDUCIDO Dra. Martha Valencia Lunes a Viernes de 9h00 a 13h00 y 15h00 a 19h00 Sábados 9h00 a 13h00</p> <p>TERAPIA LÁSER - DENSITOMETRÍA OSEA Dra. Ligia Rojas Vallejos Lunes a Viernes 8h30 a 16h00 Sábado 8h30 a 12h00</p>
--	--	---

Fuente: (Sociedad Ecuatoriana Pro Rehabilitación del Lisiado, 2019)

Descripción de principales puestos de trabajo

Terapia del lenguaje: La terapia del lenguaje sirve para corregir todos aquellos trastornos relacionados con el uso del lenguaje y el habla. Es importante conocer este tipo de terapia para poder identificar, tratar y corregir dichos trastornos. La terapia requerirá de ciertas especificaciones dependiendo de los problemas que muestre el paciente. Puede ser desde una dislalia, donde el niño no articula correctamente; un problema oro-facial, donde el niño tiene cierto grado de disfuncionalidad anatómica y se le dará terapia miofuncional, que sirve para corregir desequilibrios musculares y la reducción de hábitos nocivos; un niño con tartamudez (disfémico) que recibirá ejercicios de coordinación de respiración y habla, así como ejercicios de fluidez; hasta un problema de decodificación lingüística, es decir que no comprende de manera correcta los mensajes. Por lo general se requiere de dos sesiones por semana que disminuirán o se mantendrán dependiendo del progreso logrado y del problema del paciente. La terapia se realiza por medio de juegos, cuentos o interacciones que son del interés del niño y en base a sus experiencias. (Terapias de Lenguaje, 2015).

Terapia respiratoria: La terapia consiste en ubicar al niño o adulto desvestido de la cintura para arriba, en un lugar adecuado, con temperatura ambiental adecuada; se debe administrar previamente suero fisiológico para limpiar bien la nariz del niño o adulto junto con un poco de papel de limpieza. Se hacen maniobras para movilizar las secreciones hacia niveles superiores de las vías respiratorias para que luego resulte fácil expulsarlas; esta maniobra se la realiza mediante presiones suaves en el tórax y en el abdomen, se realiza la inspiración y expiración para estimular que afloje la secreción y por último se estimula la tos para que el paciente de manera natural acabe de sacar los mocos de las vías aéreas. (FisioHogar , 2016).

Terapia estimulación temprana y ocupacional: Según indica el Portal Terapia Ocupacional, se puede indicar que esta es el uso de la actividad propositiva con individuos que se encuentran limitados por una lesión o enfermedad física, disfunción psicosocial, incapacidad de desarrollo o aprendizaje; pobreza o diferencias culturales o por el proceso de envejecimiento, con los fines de maximizar la independencia, prevenir la incapacidad y mantener la salud. (Terapias ocupacionales para el hogar, 2017) Su práctica incluye evaluación, tratamiento y consulta.

Los servicios específicos de Terapia Ocupacional incluyen: enseñanza en las destrezas de las AVDS, desarrollo de las destrezas perceptivo-motriz y del funcionamiento sensorial integrado; desarrollo de las destrezas de juego y de las capacidades pre-vocacionales y para el tiempo libre, diseño y fabricación o aplicación de aparatos ortésicos o protésicos seleccionados o de equipamiento; utilización de actividades de artesanía y ejercicios especialmente diseñados para posibilitar el desempeño funcional; administración e interpretación de pruebas tales como el balance muscular y el grado de movilidad y adaptación del entorno para discapacitados. (Terapias ocupacionales para el hogar, 2017).

Tipos de investigación

Descriptiva: La Investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. (Sampieri, 2014)

Explicativa: La extracción de datos permitirá delinear predicciones con diferentes alternativas de solución en base al juicio y valoración de la situación.”

Según el concepto de la investigación explicativa, Roberto Hernández Sampieri (2016), menciona lo siguiente: Las investigaciones explicativas son más estructuradas que los estudios con los demás alcances y, de hecho, implican los propósitos de éstos (exploración, descripción y correlación o asociación); además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia. (Pág. 96).

Correlacional: Esta metodología de estudio tiene como propósito estar al tanto de la relación que existe entre dos o más percepciones, categorías o variables en un contexto similar. En ocasiones se examina la concordancia entre variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio relaciones entre más de dos variables.

En el caso particular de SERLI, el tipo de investigación que se va a poner en práctica es la Descriptiva, ya que permite la recolección de datos, para luego proceder al análisis e interpretación de los resultados con el fin de describir que actividades se realizan actualmente, y al mismo tiempo, qué quiere medir y quienes intervienen en la medición.

Enfoques de la Investigación

En el presente proyecto se va a utilizar el enfoque cuantitativo ya que se van a emplear en la presente investigación metodologías con las cuales se recolectará datos que suministren información de comprobación numérica y de carácter frío, como lo es la encuesta, que permite un análisis de resultados, emitir conclusiones y recomendaciones en base a las respuestas generadas por el segmento de mercado al cual está dirigido SERLI.

Enfoque cuantitativo: Utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo, y en el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población. (Gomez, 2014).

Este enfoque es la determinación más importante que se debe tener en el momento de desarrollar la investigación, produce resultados evidentes y enmarca a los objetivos en la producción de información que se pueda analizar y medir por lo que se seleccionará el proceso de investigación más adecuado que sirva de guía para encontrar soluciones a la problemática planteada con anterioridad.

El enfoque cuantitativo emplea la recopilación de datos para probar hipótesis, teniendo como base, la medición numérica y el análisis estadístico, para así establecer distintos patrones de comportamiento y proceder a comprobar teorías.

Enfoque cualitativo: Según los planteamientos citados del libro Metodología de la Investigación, el enfoque cualitativo emplea la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. **(Sampieri H. , 2014)** En este enfoque, las variables no se precisan con el fin de manipularse de manera experimental, y esto plantea una realidad subjetiva; además de tener como producto final, una investigación sin potencial de réplica y sin fundamentación estadística.

Enfoque Mixto: Los métodos mixtos (MM) combinan la perspectiva cuantitativa y cualitativa en un mismo estudio, con el objetivo de darle profundidad al análisis cuando las preguntas de investigación son complejas. Más que la suma de resultados, la metodología mixta es una orientación con su cosmovisión, su vocabulario y sus propias técnicas, enraizada en la filosofía pragmática con énfasis en las consecuencias de la acción en las prácticas del mundo real. (Hamui-Sutton, 2014)

Técnicas e instrumento de investigación

Desarrollar una investigación demanda de una selección adecuada del tema objeto del estudio, de un correcto planteamiento de la problemática a solucionar y de la definición del método científico que se utilizará para llevar a cabo dicha investigación.

Sumado a esto, se requiere de técnicas y herramientas que apoyen al investigador en la realización de su estudio. Las técnicas son de hecho, recursos o medios de los que se vale el investigador para aproximarse a los hechos y acceder a su conocimiento.

Además, se apoyan en instrumentos para almacenar la información tales como: cuaderno de notas para el registro de observación y hechos, los mapas, la cámara fotográfica, la grabadora, la videocámara, el software de apoyo; elementos estrictamente indispensables para registrar lo observado durante el transcurso de la investigación. Las técnicas que se aplicaran en la presente investigación son la Observación y la Encuesta.

Observación

Son estudios en los cuales se analiza el desarrollo del comportamiento de uno o más sujetos; puede utilizarse una diversidad de instrumentos, desde listas de cotejo hasta formatos de registro observacional altamente complejos, y puede requerir del empleo de herramientas como la cámara fotográfica o la cámara de video, o de dispositivos específicamente preparados para el procedimiento. (Castro, 2015)

La observación es una técnica de recolección de datos, que tiene como función la captura de antecedentes comportamentales o de hechos naturales o sociales tal como ocurren y en el período en que suceden. (Castro, 2015)

La encuesta

Es todo proceso mediante el cual se recaba la opinión de varios sujetos con instrumentos de respuesta rápida, redactados de forma usualmente cerrada, y a las cuales normalmente van asociadas escalas de actitud, por lo que la investigación suele tener una orientación básicamente cuantitativa. (Castro, 2015)

En la encuesta no se pretende conocer en detalle el razonamiento del sujeto sino usualmente sus actitudes, por lo cual este método permite recabar datos de modo relativamente rápido, fácil y directo. (Sampieri, 2014).

Procedimiento de la encuesta: Consiste en el proceso estructurado del desarrollo de un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas, con el objetivo de facilitar la tabulación de las encuestas.

Se debe mencionar que la encuesta se aplicará a 383 pacientes que frecuentan el Instituto, con el fin de obtener diversas opiniones que permitan mejorar la afluencia de pacientes. Adicional a esto, la información obtenida proveerá datos de cómo el grupo objetivo percibe tanto a la marca como a las otras instituciones que ofrecen servicios similares.

Población y Muestra

Población

Conjunto o colección de objetos al que está referido un estudio estadístico. El vocablo suena a personas pero una población estadística puede estar constituida por cualquier tipo de elemento, es decir, una población puede estar constituida por personas pero también por objetos de cualquier tipo de naturaleza. (Proyecto Descartes, 2019).

La población en materia estadística, es la recaudación de un conglomerado, sean estos artículos, elementos o individuos que gozan de características comunes; con el propósito de estudiarlos para poder determinar conclusiones específicas para la propuesta de cambios o resultados en un entorno particular. (Enciclopedia Económica, 2019).

La población que se tomará en cuenta para este trabajo de investigación es a las 99.000 personas de ambos géneros de la ciudad de Guayaquil, que posean alguna condición de discapacidad física o mental, según el último modelo de circunscripciones electorales, provincia del Guayas, datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC y publicados en un reportaje de diario El Universo donde trataban problemas de las personas con discapacidades. (El Universo, 2016)

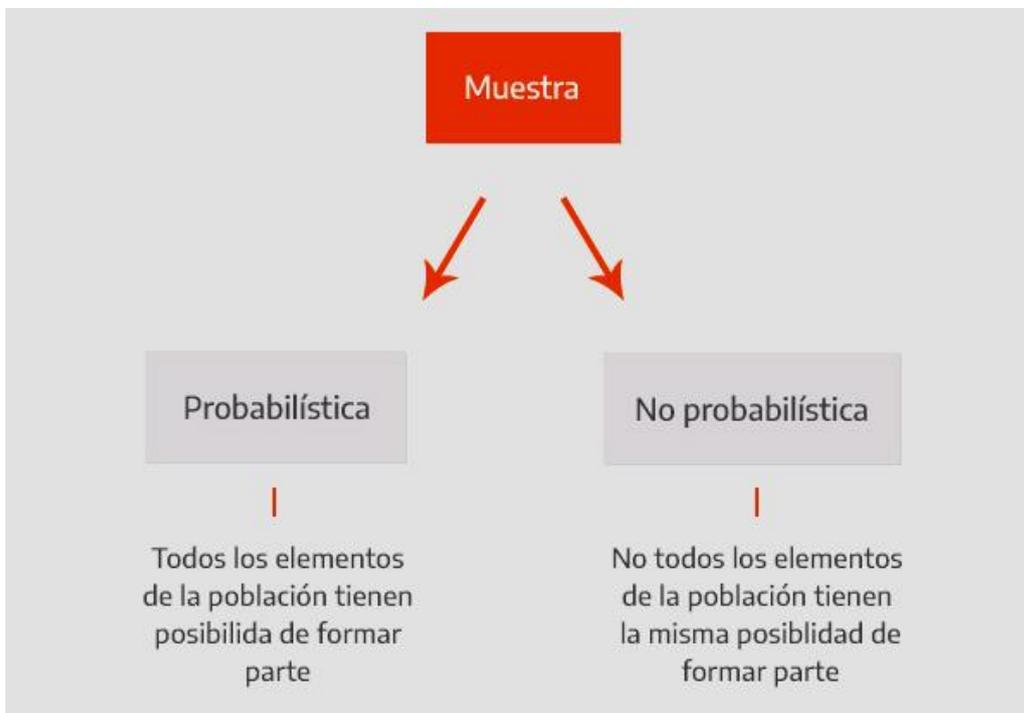
Muestra

Se puede entender a la muestra estadística como la porción o parte de una población estadística que se extrae para determinado estudio. La muestra estadística suele ser una representación de toda la población con el fin de conocer y determinar los aspectos de esta. (Económica, 2019)

Tipos de Muestra

A continuación se muestra un gráfico que indica los dos grupos de Muestras que existen para aplicar en los distintos proyectos.

Ilustración 3: Tipos de Muestras



Fuente: <https://enciclopediaeconomica.com/muestra-estadistica/>

En el presente proyecto, se seleccionó el tipo de muestra “probabilístico”, ya que no se deja ningún integrante al azar, y se aprovecha toda la información, aparte se deja claro que todos los elementos de la población se los trata por igual.

Ahora bien, para determinar el tamaño de la muestra, se aplicará la fórmula de la “Población Conocida”, a continuación se detalla la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Datos de la muestra	
N = tamaño de la población	99.000
Z α = nivel de confianza al 95% es:	1,962
p = probabilidad de éxito, o proporción esperada	0,5
q = probabilidad de fracaso	0,5
d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)	0,05

Cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el Tamaño de la Población

Cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el Tamaño de la Población	
n =	$\frac{99.000 * (1,962)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (99.000 - 1) + 3,849444 * 0,25}$
n =	$\frac{99.000 * 3,849444 * 0,25}{0,0025 * 98.999 + 0,962361}$
n =	$\frac{381.094,956 * 0,25}{247,4975 + 0,962361}$
n =	$\frac{95.273,739}{248,459861}$
n =	383,45

Análisis:

Según el desarrollo de la fórmula, en el presente proyecto la muestra que se requiere para aplicar el instrumento diseñado es de 383 personas, que formará como parte de la investigación y que brindará la información pertinente al caso con la finalidad de conocer la situación real de la problemática.

Formato Encuesta

Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los Lisiados

ENCUESTA PARA GRUPO OBJETIVO

Por favor, solicitamos su ayuda para completar la encuesta propuesta, la información que nos otorgue será utilizada para mejorar o proponer nuevos productos en la Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los Lisiados. Sus respuestas no serán empleadas para ningún propósito ajeno al del proyecto realizado por la Sra. Alejandra Abigail Paz Corozo.

1. ¿Cuál es el principal motivo por el que vino a atención?

Por referencia del servicio	
Por accidente	
Por enfermedad previa	
Por revisión o chequeo periódico	
Otra:	

2. En general, ¿Indique el grado de satisfacción de la atención médica que recibe en SERLI? (1 nada satisfecho, 5 totalmente satisfecho)

1 (Nada satisfecho)	
2 (Poco satisfecho)	
3 (Le es indiferente)	
4 (Satisfecho)	
5 (Totalmente satisfecho)	

3. **¿Cómo valora las actividades de integración social que propone el centro? (eventos, charlas, mañanas demostrativas, etc.)**

1 (Nada satisfecho)	
2 (Poco satisfecho)	
3 (Le es indiferente)	
4 (Satisfecho)	
5 (Totalmente satisfecho)	

4. **En relación a la atención que recibía en SERLI hace un año, ¿usted cree que la atención ha mejorado, que ha empeorado o sigue igual?**

Ha mejorado	
Ha empeorado	
Sigue igual	

5. **El médico que la(o) atendió, ¿le hizo una valoración física total?**

Si	
No	

6. **¿La valoración física que recibió fue?**

Completa	
Incompleta	

7. ¿Ha recibido, visto o escuchado algún tipo de información comercial o publicidad de parte de SERLI?

Si	
No	

8. Respecto a los profesionales, ¿está satisfecho con el equipo de atención que trabajan en SERLI? (cuidadores de mañana, tarde, noche y fines de semana).

Si	
No	

9. ¿Ha tenido la oportunidad de experimentar otros servicios que ofrece SERLI? Por favor indique cuál y por qué recibió consulta.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

10. Si algún familiar o amigo tuviera que recibir atención médica, ¿Recomendaría a SERLI para seguir sus tratamientos?

Si	
No	

CAPITULO 4

Análisis de la encuesta

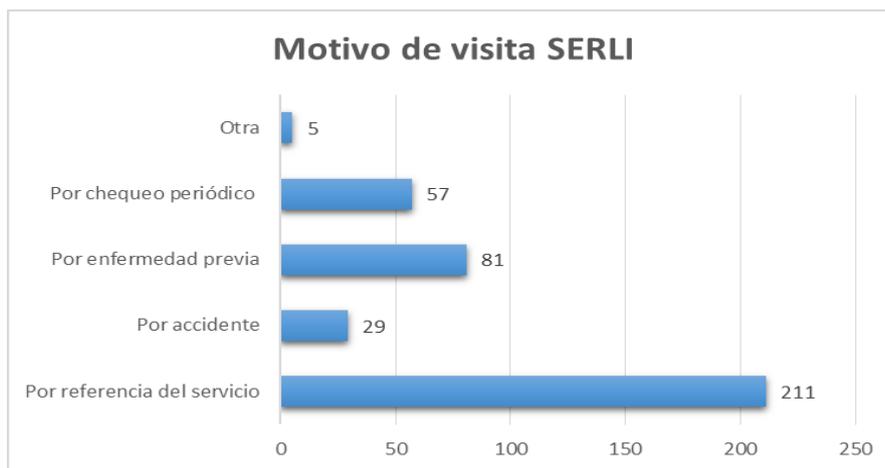
1. ¿Cuál es el principal motivo por el que vino a atención?

Tabla 2.- Motivo de visita a SERLI

Descripción	Valor	Porcentaje
Por referencia del servicio	211	55,1
Por accidente	29	7,6
Por enfermedad previa	81	21,1
Por chequeo periódico	57	14,9
Otra	5	1,3
	383	100,0

Fuente: Autora del documento

Figura 1.- Pregunta 1 Encuesta



Fuente: Autora del documento

Podemos analizar que el 55.1% de encuestados han visitado Serli por referencia de servicio, el 7.6% por accidente, 21.1% por enfermedad, el 14.9% por chequeo periódico y el 1.3% por alguna otra causa. El mayor porcentaje de encuestados (55.1%) respondió que por referencia de servicio han visitado Serli lo cual debemos trabajar en mantener esa carta de presentación ante los pacientes actuales y futuros.

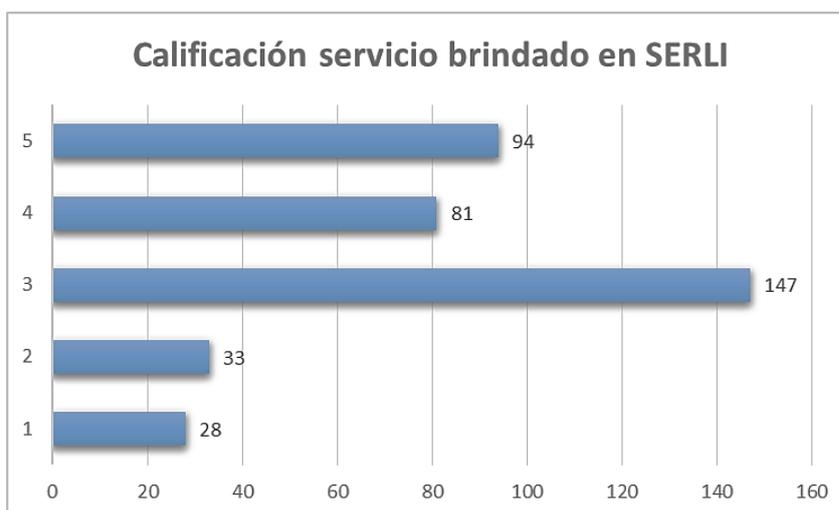
2. En general, ¿qué tan satisfecho o insatisfecho está con la atención médica que recibe en SERLI? (1 menos satisf. / 5 más satisf.)

Tabla 3.- Calificación del servicio

Rango	Valor	Porcentaje
1	28	7,3
2	33	8,6
3	147	38,4
4	81	21,1
5	94	24,5
	383	100,0

Fuente: Autora del documento

Figura 2.- Pregunta 2 Encuesta



Fuente: Autora del documento

El presente análisis es muy importante ya que 16% de los encuestados tienen una percepción muy baja acerca los servicios brindados en Serli, el 38.4% califico en un rango medio, 21.1% están más o menos satisfechos y el 24,5 si están satisfechos. Podemos darnos cuenta que el servicio que brinda Serli está en un término medio lo cual debemos mejorar.

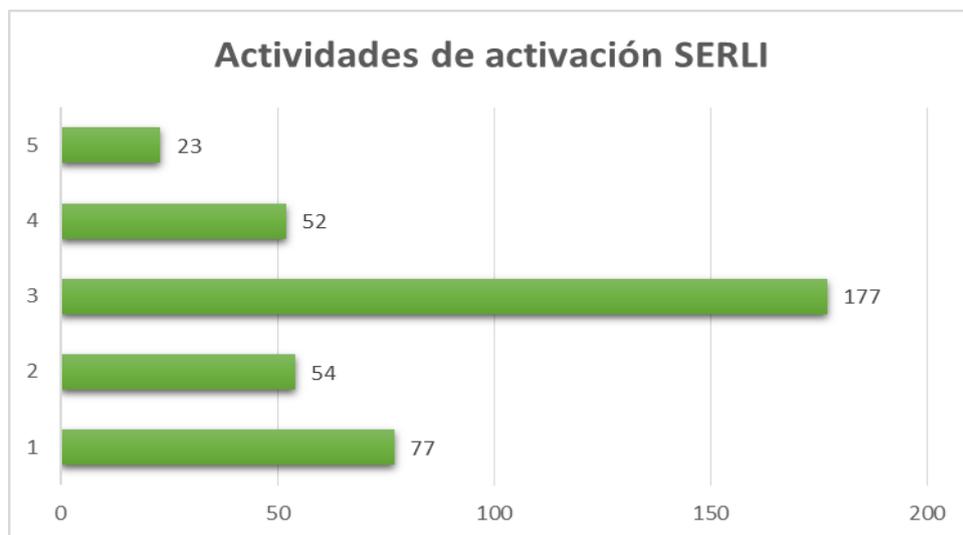
3. ¿Cómo valora las actividades de integración social que realiza el centro? (eventos, charlas, mañanas demostrativas, etc.)

Tabla 4.- Valor de las Actividades de Integración

Rango	Valor	Porcentaje
1	77	20,1
2	54	14,1
3	177	46,2
4	52	13,6
5	23	6,0
	383	100,0

Fuente: Autora del documento

Figura 3.- Pregunta 3 Encuesta



Fuente: Autora del documento

En este caso, el 34% de los encuestados valoran que las actividades que brinda Serli son malas, el 46.2% contestó que son más o menos mientras que el 13.6% califican con un rango bueno, y el 6.0% no tenían conocimiento de estas actividades, cabe indicar que falta promocionarlas o realizar algún tipo de publicidad.

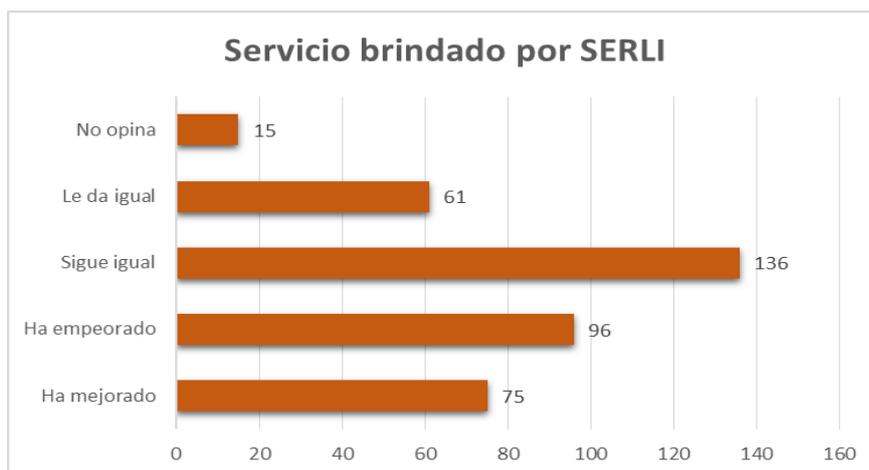
4. En relación a la atención que recibía en SERLI hace un año, ¿Usted cree que la atención ha mejorado, empeorado o sigue igual?

Tabla 5.- Atención de SERLI

Opciones	Valor	Porcentaje
Ha mejorado	75	19,6
Ha empeorado	96	25,1
Sigue igual	136	35,5
Le da igual	61	15,9
No opina	15	3,9
	383	100,0

Fuente: Autora del documento

Figura 4.- Pregunta 4 Encuesta



Fuente: Autora del documento

El rango entre los extremos positivos y negativos es muy corto ya que el 19.6% contestó que ha mejorado, 25.1% respondió que ha empeorado, 35.5% para ellos sigue igual la atención que brinda Serli, mientras que el 15.9% le daba igual, y el 3.9% no quiso opinar al respecto. Se muestra que la mayor parte de encuestados no están conforme con el servicio que brinda Serli.

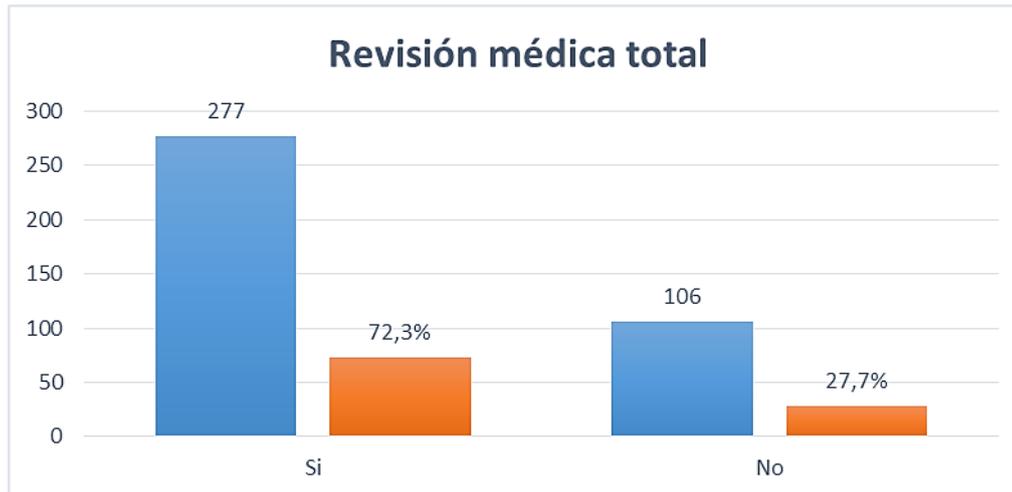
5. El médico que la(o) atendió, ¿Realizó una valoración física total?

Tabla 6.- Valoración física total

Rango	Valor	Porcentaje
Si	277	72,3
No	106	27,7
	383	100,0

Fuente: Autora del documento

Figura 5.- Pregunta 5 Encuesta



Fuente: Autora del documento

Con la evaluación de estas respuestas se deja claro que el problema no es la parte médica de SERLI ya que el 72.3% contestó que la valoración física si fue total y solo el 27.7% dijo que no.

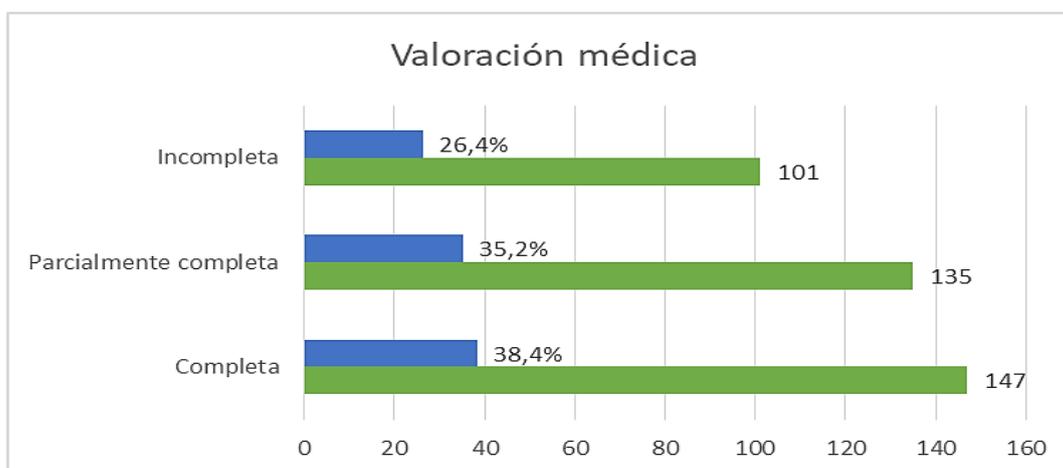
6. ¿La valoración física que recibió fue?

Tabla 7.- Valoración física total

Rango	Valor	Porcentaje
Completa	147	38,4
Parcialmente completa	135	35,2
Incompleta	101	26,4
	383	100,0

Fuente: Autora del documento

Figura 6.- Pregunta 6 Encuesta



Fuente: Autora del documento

En esta pregunta el 38.4% contestó que la valoración fue completa, mientras que el 35.2% respondió que fue parcialmente completa y el 26.4% opinó que es incompleta. Estas respuestas apuntan a una falta de preparación por parte de las enfermeras al momento de preparar al paciente para la revisión médica y pueden ocurrir confusiones por la falta de control y cuidado en este sentido.

7. ¿Ha recibido, visto o escuchado algún tipo de información comercial o publicidad de parte de SERLI?

Tabla 8.- Publicidad de SERLI

Rango	Valor	Porcentaje
Si	38	9,9
No	345	90,1
	383	100,0

Fuente: Autora del documento

Figura 7.- Pregunta 7 Encuesta



Fuente: Autora del documento

El 90.1% de los encuestados no ha escuchado sobre SERLI en una radio, prensa escrita, televisión, redes sociales, (Facebook, Instagram), el 9.9% indica haber escuchado acerca del centro de rehabilitación por recomendaciones de amigos y familiares. Esto resulta alarmante ya que es de vital importancia para la continuidad de la institución darse a conocer y proyectarse a nivel nacional; mostrando al público en general los servicios y beneficios de la entidad.

8. Respecto a los profesionales, ¿está satisfecho con el equipo de atención que trabaja en SERLI? (cuidadores, residentes de mañana, tarde, noche y fines de semana).

Tabla 9.- Profesionales de Turno

Rango	Valor	Porcentaje
Si	182	47,5
No	201	52,5
	383	100,0

Fuente: Autora del documento

Figura 8.- Pregunta 8 Encuesta



Fuente: Autora del documento

Un 52.5% no está satisfecho con los profesionales que trabajan en Serli, (cuidadores, residentes de mañana, tarde, noche y fines de semana), mientras que el 47.5% está satisfecho. Nos damos cuenta que no existe un protocolo de trabajo, hay recelo por parte de los profesionales para dar indicaciones, entre otras. Lo cual debemos trabajar en este punto muy importante para la institución.

9. ¿Ha tenido la oportunidad de experimentar otros servicios que ofrece SERLI? Por favor indique en cuál recibió la consulta.

Tabla 10.- Otros servicios de SERLI

Especialidades	Valor	Porcentaje
Terapia Estim. Temprana	66	17,2
Traumatología	99	25,8
Terapia del lenguaje	40	10,4
Fisiatría	50	13,1
Pediatría	33	8,6
Terapia respiratoria	30	7,8
Clínicos	18	4,7
Cirugía General	22	5,7
Laboratorio Clínico	5	1,3
Ginecología	20	5,2
	383	100,0

Fuente: Autora del documento

Figura 9.- Pregunta 9 Encuesta



Fuente: Autora del documento

Podemos ver que los servicios más solicitados son traumatología con un 26%, fisiatría, estimulación temprana y terapia de lenguaje con un 40%, pediatría un 8.6%, terapia respiratoria 7.8%, clínicos 4.7%, cirugía general 5.7%, laboratorio clínico 1.3% y ginecología 5.2%. Los pacientes que acuden a Serli son por alguna discapacidad física o mental., lo cual deben ser tratados por un traumatólogo y un fisiatra para que así ellos los puedan derivar con los especialistas de terapias y de estimulación temprana (en el caso de los niños).

10. Si algún familiar o amigo tuviera que recibir atención médica, ¿Recomendaría a SERLI para seguir sus tratamientos?

Tabla 11.- ¿Recomendaría a SERLI?

Opción	Valor	Porcentaje
Si	205	53,5
No	178	46,5
	383	100,0

Fuente: Autora del documento

Figura 10.- Pregunta 10 Encuesta



Fuente: Autora del documento

El resultado de las respuestas de esta última consulta causó algo de sorpresa, ya que se esperaba que la mayoría sin duda recomendara a SERLI, pero el 53.5% recomienda a Serli y el 45.6% no lo recomendaría.

Ficha de Observación
Tabla 12.- Ficha de Observación

Centro de Rehabilitación SERLI	
Nombre del investigador	Alejandra Paz Corozo
Lugar a investigar	SERLI
Fecha de observación	22 de Julio del 2019
Tipo de observación	Directa
Tema	Mejora para el servicio al cliente que brinda el centro de Rehabilitación S.E.R.L.I, sede sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019
Problema	¿Cómo incide el servicio que brinda el Centro de Rehabilitación SERLI en la satisfacción de los clientes?
DETALLES DE LA OBSERVACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Se observó que al ingreso muchas personas se sienten desorientadas y no saben a dónde dirigirse, no existe un centro de guía o rótulos de direccionamiento a los distintos departamentos. • No existe un protocolo de bienvenida al paciente, no existe counter de información ni puesto informativo con afiches que guíen al usuario, sobre todo a las personas que ingresan por primera vez a las que no se saluda o da la bienvenida cuando ingresa al local. • Al momento de palpar nuestra presencia, algunos colaboradores se acercaron a comentarnos molestias sobre la nula preparación que tienen en sus distintas áreas de desempeño. Según comentarios, su última capacitación fue hace tres años. • Adicionalmente a esto, no se sienten integrados a la entidad ya que no reciben incentivos por logros obtenidos, ni reconocimientos por buenas labores o desempeño. • Existen dos pantallas digitales apagadas durante toda la jornada de observación, son activos fijos desperdiciados y depreciados sin su debido uso y aplicación. (informativa) • No existen señaléticas sobre los beneficios de las varias terapias ofrecidas en la institución, siendo estas su fuerte, debe explotarse más este tipo de servicios. • El local no cuenta con material publicitario visual fuera del local, ni en los alrededores, para que esto atraiga a los clientes. 	
Firma del investigador:	Firma de la fuente:

Elaborado por: Autora del documento

PLAN DE MEJORAS

Para el presente Plan de Mejoras del Centro de Rehabilitación S.E.R.L.I., se recurrió como base de presentación a la herramienta administrativa conocida como “Los Cinco Por Qué”; dejando despejados y analizados los puntos a desarrollar, ya que estos derivan de forma directa de los resultados de las encuestas empleadas en el presente trabajo.

A continuación, un desglose de las respuestas de dicha herramienta en base al título propuesto de manera inicial:

“Mejora para el servicio al cliente que brinda el centro de Rehabilitación S.E.R.L.I, sede sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019”

Tabla 13.- Desarrollo de los cinco Por qué

¿Qué?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
Empoderamiento del personal. Sinergia.	Establecer un sistema de incentivos por la consecución de logros empresariales y personales en las áreas críticas de SERLI.	Para tener empleados comprometidos con la calidad del servicio ofertado	Depto. Talento Humano	SERLI	Agosto 2019	\$400
Estrategias de promoción y publicidad	Por medio de Redes Sociales reconocidas como son: Facebook e Instagram	Se propone dar a conocer cualidades, beneficios y en sí, los productos de rehabilitación propios que ofrece SERLI.	Área de Marketing	SERLI	Último cuatrimestre 2019	\$377
Mejorar la comunicación entre los distintos departamentos de la institución	Mediante la implementación de Políticas de comunicación interna.	Para que exista el trabajo en equipo y compañerismo entre ellos, mejorar identidad empresarial	Talento Humano	SERLI	Agosto 2019	\$250

¿Qué?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
Desarrollar el trato amable entre personal administrativo y clientes que frecuentan SERLI	A través de la implementación de Normas de Atención al Cliente en áreas de mayor afluencia	Para incrementar la fidelidad de los clientes	Talento Humano	SERLI	Septiembre 2019	\$50
Implementar un Buzón de sugerencias	Colocando buzones de sugerencias en los diferentes departamentos de la institución.	Para mantener retroalimentación continúa con los clientes.	Talento Humano	SERLI	Septiembre 2019	\$100
TOTAL						\$1.177,00

Fuente: Autora del proyecto

Desarrollo de la Propuesta de mejora en el servicio al cliente que brinda el Centro de Rehabilitación SERLI, en la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019.

En esta sección de la presente investigación, se mostrará en detalle, las actividades a emplear para lograr la mejora en el servicio al cliente que brinda SERLI en la ciudad de Guayaquil, a partir del año 2019.

Análisis de situación actual de la Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los Lisiados

Luego de haber realizado la investigación y procesado datos relevantes por diversas herramientas, se descubrieron varios problemas:

- La calidad en el servicio recibida por los usuarios arroja un resultado de “poco satisfactorio”; en conjunto con el pésimo servicio al cliente que actualmente ostenta el Centro de rehabilitación.
- La escasa actividad multimedia y tecnológica por parte de SERLI está dejando en un nivel de atraso en relación a otras instituciones similares, no existe impacto mediático alguno; la institución no aprovecha la página web que posee, en muchos de los casos ignoran su existencia
- No cuentan con un plan de estímulos ni programación de capacitaciones continuas, lo que ofusca al trabajador y puede, inclusive, llegar a ser un detonante por el cual no produzca un desempeño óptimo al momento de atender al cliente en las distintas áreas de la institución.
- Existe mala distribución del Talento Humano ya que no se cuenta con personal de apoyo en todas las áreas o, los existentes no se

encuentran capacitados para cubrir las múltiples necesidades que se presentan a diario.

Desarrollo de estrategias

A continuación, se muestra en detalle las distintas estrategias propuestas para el presente trabajo. Se deja claro que estas estrategias van a ser presentadas a la Dirección General de la institución para su respectiva revisión y aprobación.

Sistemas de Incentivo:

Establecer un sistema de incentivos por la consecución de logros empresariales y personales en las áreas críticas de SERLI. En este punto, se van a considerar la base de clientes que recibe cada departamento como punto de partida para que, pidiendo retroalimentación de los mismos clientes, el departamento que reciba más felicitaciones por su cambio de actitud, es decir, por mejora en el trato a los clientes, recibirá un almuerzo tipo parrillada el último domingo del mes. Este almuerzo se lo realizará en las instalaciones de la institución, previo conocimiento de resultados el viernes de esa última semana del mes.

Adicionalmente, se entregará una canasta con productos de primera necesidad al colaborador que, previa retroalimentación interna por parte de los trabajadores de la institución al personal de Talento Humano, resultare elegido como el más cordial, participativo y amable de toda la entidad.

Estas elecciones, tanto del Departamento más cordial, como del empleado más amable, se las realizará con los nuevos buzones de sugerencias a implementar en las distintas áreas de la institución.

De este punto se va a encargar de manera directa el Departamento de Talento Humano, previa aprobación presupuestal por parte del Jefe Financiero de la Institución.

Reuniones de retroalimentación áreas críticas:

Se las ejecutará una vez al mes con todo el personal y el Director del Centro de Rehabilitación, el orden del día incluirá las eventualidades que se han presentado mensualmente.

Se efectuará un informe con las novedades más relevantes encontradas en la reunión y se procederá con las decisiones tomadas en las reuniones. El departamento encargado del desarrollo de estas reuniones será Talento Humano, en coordinación con los distintos jefes departamentales, mismos que coordinarán el mejor momento del día para realizar las reuniones.

De igual manera, se señalarán las áreas críticas en donde se debe reforzar con una mayor y más experimentada plantilla de colaboradores que puedan desempeñarse mejor en ciertos casos en particular. Se incurrirán en gastos mínimos de refrigerio durante la/las reuniones.

Estrategias de difusión y publicidad

Para esto, se va a maximizar las actividades en redes sociales de SERLI; tanto en su página web, que debe ser el centro de operaciones del negocio, como en Instagram y Facebook; los cuales sirven de complemento para dirigir tráfico a su main page. El sitio web de SERLI es el más utilizado de todas las herramientas en línea que tiene la institución, vinculándola al 100% con las redes sociales próximas a implementar.

Seguido a esto, se va a crear contenido de manera continua, para que el acercamiento siga latente y no se pierda espacio en la mente del cliente, comprador o consumidor, brindando videos de masajes personales de actividades de rehabilitación que se pueden realizar en casa, con implementos de uso diario, consejos de alimentación y otros propios de un centro médico que está al cuidado de sus clientes; aparte de mostrar actualizaciones diarias de lo que oferta la institución con descuentos en sus prótesis u órtesis.

CONCLUSIONES

- Se fundamentó los aspectos teóricos relacionados a servicio al cliente y estrategia de servicio.
- Se diagnosticó la situación actual del servicio al cliente que efectúa el centro de rehabilitación.
- Se definió mejoras en el servicio al cliente para contribuir a incrementar la satisfacción en el cliente.
- se logró una tabulación, análisis, y determinación de estrategias apropiadas para la mejora en la atención al cliente en el centro de Rehabilitación SERLI, de la ciudad de Guayaquil.
- Se propuso un conjunto de actividades que se estima van a mejorar la atención al cliente y por ende, aumentar el flujo de personas que se beneficien de los distintos servicios que posee la Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los Lisiados,

RECOMENDACIONES

Para lograr la continuidad de las actividades propuestas, se debe capacitar a toda la plantilla de trabajadores, en especial a los que están en contacto directo con los clientes, recepcionistas, guardias, secretarias, auxiliares de telefonía, entre otros; para generar mayor afluencia de clientes a la Sociedad Ecuatoriana Pro-Rehabilitación de los Lisiados.

Implementar de manera inmediata las estrategias de promoción y publicidad digital que la institución carece y que se dejan propuestas en el último capítulo de esta investigación; posicionando finalmente a SERLI dentro de la estrategia digital adecuada, ya que se por medio de su página web, se buscará generar mayor confianza y estrechando más los lazos con los clientes a través de la recepción de mensajes o sugerencias.

Evaluar periódicamente las distintas áreas de la institución para monitorear el avance en lo que la atención al cliente compete, no dejar de monitorear los buzones de sugerencia implementados y mantener los incentivos al personal para mantener motivado a los colaboradores de SERLI.

Bibliografía

- AMA. (1 de Abril de 2019). *Asociación Americana de Marketing*. Obtenido de Asociación Americana de Marketing.
- Arturo. (30 de 10 de 2015). *Servicio al cliente* . Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cuales-su-importancia/>
- Cardenas, P. S. (2009). *metodos de la investigacion*. Obtenido de www.flacsoandes.edu.ec
- Castro, A. V. (10 de 10 de 2015). *Fichas técnicas acerca de los aspectos básicos de la investigación en Ciencias sociales*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/281787763_Fichas_tecnicas_Metodologia_de_la_investigacion
- Cobra, M. (2010). *Marketing de servicios*. Colombia: McGraw Hill.
- Constitución de la República del Ecuador. (23 de 06 de 2018). www.buenvivir.gob.ec. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Convención sobre los derechos de las personas. (10 de 10 de 2016). *CONVENCIÓN SOBRE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/Convenci%C3%B3n%20sobre%20los%20Derechos%20de%20las%20Personas%20con%20Discapacidad%20Protocolo%20Facultativo.pdf>
- Chatterjee, D. (1998). *El liderazgo consciente*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A. .
- Definición. (2014). *Definicion.de*. Recuperado el 18 de Abril de 2019, de [definicion.de: https://definicion.de/reconocimiento/](https://definicion.de/reconocimiento/)
- Definición. (16 de 05 de 2019). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/competencia/>
- Diccionario. (16 de 05 de 2019). *Diccionarios.de*. Obtenido de <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>
- Douglas Hoffman, J. B. (2016). *Marketing de servicios; conceptos y casos* . Brasil : Cengage Learning.

- EcuRed. (01 de 01 de 2019). *Enciclopedia Cubana ECURED*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Satisfacci%C3%B3n_del_cliente
- El Universo. (03 de 12 de 2016). *Kiosko digital El universo* . Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2016/12/03/nota/5934424/guayas-registra-99-mil-personas-discapacidad>
- El Universo, C. (11 de 08 de 2010). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2010/08/14/1/1366/personas-discapacidad.html>
- Enciclopedia Económica. (05 de 05 de 2019). *Enciclopedia Económica*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/poblacion-estadistica/>
- Enciclopedia Económica. (05 de 05 de 2019). *Enciclopedia Económica*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/muestra-estadistica/>
- Escolme. (10 de 05 de 2019). *Institución Universitaria Escolme*. Obtenido de http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u1.pdf
- Faba Talento Humano . (29 de 04 de 2014). *Talento Humano* . Obtenido de <http://talentohumanofaba2013.blogspot.com/2013/03/definicion-de-talento-humano.html>
- Fayol, H. (1980). *Evaluaciones críticas en los negocios y en la Administración* . Londres: Taylor & Francis.
- FisioHogar* . (2016). Obtenido de <https://www.fisiohogar.com/sesion-fisioterapia-respiratoria-infantil/>
- Gardey, J. P. (1 de 2014). *Satisfaccion de cliente*. Obtenido de (<https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>) enero 2000
- Gomez, M. (23 de 12 de 2014). *Repositorio EUMED*. Obtenido de https://www.monserat.proed.unc.edu.ar/pluginfile.php/4505/mod_resource/content/2/Introducci%C3%B3n%20a%20la%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20Cient%C3%ADfica%20Autor%20Prof.%20Marcelo%20G%C3%B3mez.pdf
- Hamui-Sutton, A. (2014). *Science Direct* . Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727145>

- Hernández, R. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Jáuregui, A. (2016). Los principios de la Administración Científica de Taylor e introducción . *Bases de la Administración*, 8.
- Knowing Jesus. (29 de 09 de 2017). *Conociendo a Jesús*. Obtenido de <https://bible.knowing-jesus.com/Espa%C3%B1al/topics/Discapacidad>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing estratégico*. Bogotá: McGraw Hill.
- Macías, Z. M. (10 de 10 de 2015). Estilos de liderazgo y la relación con el clima organizacional. Guayaquil, Guayas , Ecuador: Repositorio Universidad Estatal .
- Mc daniel Cral & Gates Roger. (2016). *Investigación de mercados*. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- McKenna, R. (2015). *MARKETING DE RELACIONES*. México : Harvard Business Review .
- Moraño, X. (16 de 05 de 2019). *Marketing y consumo*. Obtenido de <https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>
- Moro, M. L. (2015). *Los consumidores del siglo XXI*. Medellín : ESIC Editores.
- Narvaez, V. D. (2006). *Metodología de la investigacion científica y bioestadística* . Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=KfscYYsconYC&pg=PA129&dq=metodologia+explicativa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwipyJDA_oThAhWms1kKHdHTCEAQ6AEILjAB#v=onepage&q=metodologia%20explicativa&f=false
- Neyra, C. (2002). *Monografías*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>
- Peralta, M. (11 de 2014). *ventas y servicios*. Obtenido de <http://www.pymerang.com/ventas-y-servicio/servicio-al-cliente/451-tipos-de-atencion-al-cliente>
- Pérez, P. J., & Gardey, A. (10 de 10 de 2014). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>

- Ponce, A. R. (2012). *Administración de Empresas. Teoría y práctica*. México : LIMUSA .
- Porter, M. (2015). *La Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores y su competencia*. México : Grupo editorial Patria.
- Proyecto Descartes. (05 de 05 de 2019). *proyectodescartes*. Obtenido de https://proyectodescartes.org/iCartesiLibri/materiales_didacticos/IntroduccionEstadisticaProbabilidad/3ESO/2_1PoblacionMuestraRepresentativaIndividuo.html
- Riquelme, M. (05 de 05 de 2018). *Web y Empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/historia-de-la-administracion/>
- Sampieri. (2014). *Fundamentos de Investigación Científica*. México: McGraw Hill.
- Sampieri, H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Sastre, B. (12 de 12 de 2013). *herramienta de atencion al cliente*. Obtenido de <http://www.socialancer.com/herramientas-de-atencion-al-cliente-funciones/>
- Social, M. d. (11 de 11 de 2019). *Servicios MIES para personas con Discapacidad*. Obtenido de <https://www.inclusion.gob.ec/servicios-mies-para-personas-con-discapacidad/>
- Sociedad Ecuatoriana Pro Rehabilitación del Lisiado. (2019). Obtenido de <https://www.serli.org.ec/html/horarios.html>
- STD, G. (2018). *Herramientas tecnológicas para aumentar la calidad en la atención al cliente*. Obtenido de <https://www.globalstd.com/networks/blog/7-herramientas-tecnologicas-para-aumentar-la-calidad-en-la-atencion-al-cliente>
- Terapias de Lenguaje*. (2015). Obtenido de http://kidshealth.org/parent/en_espanol/crecimiento/speech_therapy_esp.html#
- Terapias ocupacionales para el hogar*. (2017). Obtenido de <http://terapiaocupacionalmaria-noemi.blogspot.com/>
- Terry, G. R. (1978). *Principios de Administración*. Monterrey: Compañía Editorial Continental.
- Thompson, I. (2017). *Tipos de clientes*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>

- Torres, C. A. (2006). *metodologia de la investigacion*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA113&dq=metodologia+correlacional&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwixsnX7IThAhUnvFkKHRZBCGYQ6AEIMzAC#v=onepage&q=metodologia%20correlacional&f=false
- Tschohl, J. (2014). *Servicio al cliente: Técnicas estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios*. Guatemala: Service Quality Institute Latin America.
- Violante, M. E. (27 de 6 de 2014). *Amante de los negocios*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/author/martha-elena-violante>
- wikipedia.org. (3 de Enero de 2019). *wikipedia.org*. Recuperado el 18 de Abril de 2019, de [wikipedia.org](https://es.wikipedia.org/wiki/Posicionamiento):
<https://es.wikipedia.org/wiki/Posicionamiento>



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **"Mejora para el servicio al cliente que brinda el centro de rehabilitación S.e.r.l.i, sede sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019**

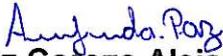
y problema de investigación: **¿Cómo incide el servicio que brinda el Centro de Rehabilitación SERLI en la satisfacción de los clientes?**

, presentado por Paz Corozo Alejandra Abigail como requisito previo para optar por el título de:

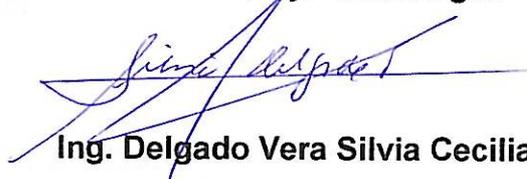
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada:


Paz Corozo Alejandra Abigail

Tutora:


Ing. Delgado Vera Silvia Cecilia



Factura: 002-003-0000219375

Ante mí, NOTARIO

PAZ COROZO

CASADO(A), de

declara(n) que

las actas públicas

todo lo cual

artículo judicial

entre cuyo

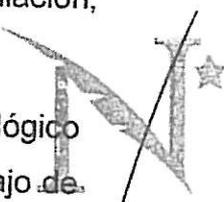
SEPTIEMBRE

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Paz Corozo Alejandra Abigail en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Mejora para el servicio al cliente que brinda el centro de rehabilitación S.e.r.l.i. sede sur de la ciudad de Guayaquil, durante el año 2019

de la modalidad de Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR.


Notaría
Cantón
Santa Cruz
Francisco R. Lima Jara
NOTARIO PÚBLICO

Alejandra Paz Corozo

Nombre y del Autor

Alejandra Paz
Firma

No. de cedula: 2000123873



Factura: 002-003-000029375



20192003001D00493

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20192003001D00493

Ante mí, NOTARIO(A) FRANCISCO RAFAEL LIMA JARA de la NOTARÍA PRIMERA , comparece(n) ALEJANDRA ABIGAIL PAZ COROZO portador(a) de CÉDULA 2000123873 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en SANTA CRUZ, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. SANTA CRUZ, a 18 DE SEPTIEMBRE DEL 2019, (17:38).

Alejandra Paz
ALEJANDRA ABIGAIL PAZ COROZO
CÉDULA: 2000123873

Francisco Lima

NOTARIO(A) FRANCISCO RAFAEL LIMA JARA
NOTARÍA PRIMERA DEL CANTÓN SANTA CRUZ

REPÚBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACION Y CENSILAJERIA

CEDELA N. 200012387-3

CEDULA DE IDENTIFICACION

CIDADANIA
 APELLIDOS Y NOMBRES
PAZ COROZO ALEJANDRA ASIGAIL

LUGAR DE NACIMIENTO
GALAPAGOS SANTA CRUZ PUERTO AYORA

FICHA DE NACIMIENTO 1996-11-17
NACIONALIDAD ECUATORIANA

SEXO MUJER

ESTADO CIVIL CASADO

JORGE LUIS CAIZA CHIRISO




INSTRUCCION
SUPERIOR

PROFESION Y OCUPACION
ESTUDIANTE

E333912222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
PAZ GAMEZ ALEJANDRO

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
COROZO PINILLO ENIS

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICION
SANTA CRUZ 2016-08-22

FECHA DE EXPIRACION
2029-08-22

[Handwritten Signature] *[Handwritten Signature]*




CERTIFICADO DE VOTACION
 24 - MARZO - 2018

0005 F **0005 - 340** **2000123873**
AVIA No. CERTIFICACIONAL Cedula No.

PAZ COROZO ALEJANDRA ASIGAIL
 APELLIDOS Y NOMBRES

PROVINCIA GUAYAS

CANTON MILAGRO

CIRCUNSCRIPCION 1

PARRROQUIA MILAGRO

ZONA 7




N 

Notaria
del cantón
Santa Cruz

Francisco R. Lima Jara
 NOTARIO PÚBLICO



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Tránsferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.**

Wais Alberto Azatep Wais Alberto Azatep

Nombre y Apellidos del
Colaborador
CEGESCYT



Firma