



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE TECNÓLOGA
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE MEJORA AL PERSONAL CONTRATADO EN LA
SATISFACCIÓN DE LOS FELIGRESES QUE BRINDA LA
SECRETARÍA DE LA IGLESIA SAN LORENZO
DEL CANTÓN VINCES.**

Autora:

Santana Cerezo Marly Cirila

Tutor:

Ing. Com. Marlo López Perero Mba

Guayaquil – Ecuador

2018

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos, por ser las personas más importantes en mi vida, con todo mi amor para ustedes. Hoy después de tres años largos, por fin, pueden ver los frutos de mi futuro que sin su apoyo no hubiera logrado, siempre me han apoyado, por más dura que ha sido la prueba, gracias a ustedes las he superado; por darme esos consejos, por hacerme ver los errores y corregirlos para poder ser una persona de bien.

A mi querida tía Epifania Margarita Santana Zambrano, a quien quiero como una madre, por compartir momentos significativos y por estar siempre dispuesta a ayudarme en cualquier momento.

A mis amigas, que gracias al equipo que formamos logramos llegar hasta al final del camino y hasta el momento. Las quiero mucho Joselyn Canales y Estrella Valenzuela.

Santana Cerezo Marly Cirila

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar los obstáculos y dificultades a lo largo de la vida.

A mi novio, Belfor Acosta Delgado, por estar siempre a mi lado en los momentos más difíciles, brindándome su comprensión, cariño y amor.

A mis amigos por aprender más de la vida a su lado. Esto es posible gracias a ustedes.

A mis maestros del Instituto Superior Bolivariano que me impartieron conocimientos y experiencias en el transcurso de mi vida estudiantil.

Santana Cerezo Marly Cirila



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de mejora al personal contratado en la satisfacción de los feligreses que brinda la secretaría de la Iglesia San Lorenzo del cantón Vinces**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué incidencia tiene la atención del personal contratado, en la satisfacción de los feligreses, de la secretaría de la Iglesia San Lorenzo, del cantón Vinces, Provincia de Los Ríos, en el año 2017?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:

Santana Cerezo Marly Cirila

Tutor:

Ing. Com. Marlo López Perero Mba



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración
de Empresas

Tema

“Propuesta de mejora al personal contratado en la satisfacción de los feligreses que brinda la secretaría de la Iglesia San Lorenzo del cantón Vinces.”

Autora: Santana Cerezo Marly Cirila

Tutor: Ing. Com. Marlo López Perero Mba.

RESUMEN

La Iglesia de San Lorenzo brinda sus servicios religiosos a los diferentes feligreses que visitan este patrimonio cultural del cantón Vinces. Se efectuará una propuesta de mejorar para el personal contratado mediante las actividades que se realizan con la finalidad incrementar la satisfacción de los feligreses con el servicio que ofrece la secretaria de la Iglesia. De tal manera se analiza el problema central del proyecto de investigación, considerando sus variables para el objeto de estudio.

Los tipos de investigación que se ejecutaran serán exploratorio y correlacional y a su vez se trabajará con el método científico y dialéctico porque me permite tener una perspectiva actualizada para emplear en el trabajo de investigación ya que se conocerá la característica esencial de los principales hallazgos y el efecto que produce con los nuevos conocimientos que se adquieren que dé como consecuencia un trabajo efectivo. Se utilizarán las técnicas como es la encuesta y entrevista, realizando un estudio minucioso ya que en base a los resultados que se obtendrá me ayudará a mejorar y brindar un buen servicio tanto a los visitantes de otras provincias como a habitantes locales.

Personal

Satisfacción

Servicio

Secretaria



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración
de Empresas

Tema

**“Propuesta de mejora al personal contratado en la satisfacción de
los feligreses que brinda la secretaría de la Iglesia San Lorenzo del
cantón Vinces”**

Autor: Santana Cerezo Marly Cirila

Tutor: Ing. Com. Marlo López Perero Mba.

Abstract

The Church of San Lorenzo offers its religious services to the different parishioners who visit this cultural heritage of the canton Vinces. There will be a proposal to improve for the staff recruited through the activities that are carried out with the aim to increase the satisfaction of the parishioners with the service offered by the secretariat of the Church. It analyzes the central problem of the research project, considering its variables for the object of study.

The types of research to be carried out will be exploratory, and correlational and, in turn, will work with the scientific method and dialectical because it allows me to have an up-to-date perspective for use in the research work since it will know the essential characteristic of the main finding and the effect it produces with the new knowledge acquired, which will result in an effective work. The techniques will be used as the survey and interview, conducting a thorough study as based on the results that you will get will help me to improve and provide a good service both to visitors from other provinces as local inhabitants.

Personal

Satisfaction

Service

Secretary

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
RESUMEN	vii
Abstract.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
ÍNDICE DE TABLA	xi
CAPÍTULO I	1
1. Planteamiento del problema	1
1.1. Ubicación del problema en un contexto	1
1.2. Situación conflicto.....	2
1.3. Delimitación del problema	2
1.4. Formulación del problema	2
1.5. Variables de Investigación	3
1.6. Objetivos de la investigación	3
1.6.1. Objetivo General.....	3
1.6.2. Objetivos Específicos	3
1.6.3. Evaluación de Problemas.....	3
1.7. Justificación e Importancia	4
CAPÍTULO II	6
2. Fundamentación Teórica	6
2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS	6
2.2. ANTECEDENTES REFERENCIALES.....	8
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	12
2.4. CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	15
CAPÍTULO III	18
3. Diseño metodológico	20

3.1. Métodos de Investigación	21
3.2. Tipos de Investigación	22
3.3. Población y Muestra	24
3.3.1. Población.....	24
3.3.2. Muestra	25
3.3.3. Tipos de muestra.....	25
3.4. Técnicas de Procedimientos.....	27
CAPÍTULO IV.....	34
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	34
PROPUESTA DEL PLAN DE MEJORA.....	51
Conclusiones	52
Recomendaciones	53
Bibliografía	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	19
GRÁFICO 2 SERVICIO.....	34
GRÁFICO 3 SATISFACCIÓN	35
GRÁFICO 4 COMUNICACIÓN.....	36
GRÁFICO 5 PERSONAL DE SECRETARIA	37
GRÁFICO 6 OPORTUNIDAD Y CLIMA DE HOSPITALIDAD	38
GRÁFICO 7 CAPACITACIÓN	39
GRÁFICO 8 ATENCIÓN AL CLIENTE.....	40
GRÁFICO 9 TRATO DEL PERSONAL HACIA LOS CLIENTES.....	41
GRÁFICO 10 CALIDAD DEL SERVICIO	42
GRÁFICO 11 PROGRAMAS SOCIALES.....	43
GRÁFICO 12 DESEOS Y PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES.....	44
GRÁFICO 13 PERIODICIDAD DE LA PRESENCIA DE LOS CLIENTES	45
GRÁFICO 14 GRADO DE SATISFACCIÓN POR ATENCIÓN DEL PERSONAL DE SECRETARIA	46
GRÁFICO 15 NECESIDADES Y PETICIONES	47
GRÁFICO 16 MEDIOS DE INFORMACIÓN	48

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1. CONFLICTO	2
TABLA 2. PLANTILLA DE COLABORADORES	19
TABLA 3. POBLACIÓN	24
TABLA 4. SERVICIO.....	34
TABLA 5. SATISFACCIÓN	35
TABLA 6. COMUNICACIÓN.....	36
TABLA 7. PERSONAL DE SECRETARÍA	37
TABLA 8. OPORTUNIDAD Y CLIMA DE HOSPITALIDAD	38
TABLA 9. CAPACITACIÓN	38
TABLA 10. ATENCIÓN AL CLIENTE	39
TABLA 11. TRATO DEL PERSONAL HACIA LOS CLIENTES	41
TABLA 12. CALIDAD DEL SERVICIO	41
TABLA 13. PROGRAMAS SOCIALES	42
TABLA 14. DESEOS Y PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES.....	43
TABLA 15. PERIODICIDAD DE LA PRESENCIA DE LOS CLIENTES	44
TABLA 16. GRADO DE SATISFACCIÓN POR LA ATENCIÓN QUE BRINDA EL PERSONAL DE SECRETARIA	45
TABLA 17. NECESIDADES Y PETICIONES	46
TABLA 18. MEDIOS DE INFORMACIÓN	47

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1. Planteamiento del problema

1.1. Ubicación del problema en un contexto

La selección del personal enreda un papel muy importante en las empresas.

Desde sus inicios llevó la necesidad de la división de las diferentes funciones entre los miembros de la comunidad, en la comunidad primitiva, la distribución del trabajo se realizaba fundamentalmente por el sexo, la edad y las características físicas. (Zayas Agüero, 2010).

Desde épocas antiguas se consigue saber por medio de la historia, que las personas procedían a la elección de sus semejantes por ciertas peculiaridades; dichas operaciones selectivas eran muy elementales. Por ejemplo, en la antigua Roma se elegía para labores rudas a los esclavos de color por su resistencia. (Universidad de Champagnat, 2002).

Durante la Edad Media el trabajo se caracterizó por adquirir un carácter prácticamente hereditario; la clase social condicionada, la elección y las posibilidades de desempeño de una actividad determinada. Los oficios pasaban de manos de padres a sus hijos. (Zayas Agüero, 2010).

Se evoluciona hacia una selección más adecuada con base en la observación objetiva de las cualidades y características de los individuos, pero no es sino en los orígenes de la psicología aplicada. (Universidad de Champagnat, 2002)

El presente proyecto trata sobre las propuestas de mejoras al personal contratado. La Iglesia San Lorenzo se encuentra ubicada en el Cantón

Vinces, Provincia de los Ríos, con una población alrededor de 75.000 habitantes.

Como resultado de este trabajo de investigación se establecerá para la Iglesia San Lorenzo un modelo de calidad de servicios a los feligreses, que les permita marcar diferencia de los demás credos religiosos.

1.2. Situación conflicto

Tabla 1. Conflicto

Antecedentes	Consecuencias
Deficiente Relación con el cliente	Feligreses insatisfechos por algún error en las anotaciones de las intenciones.
Reclamos no cumplidos	Correr a los feligreses a otras sectas
Limitadas visitas de feligreses	Disminución de la contribución.
Excesiva puntualidad en los actos	Descontento de los feligreses

Elaborado por: Marly Cirila Santana Cerezo

1.3. Delimitación del problema

Campo : Administrativa

Área : Secretaría

Aspectos : Satisfacción, feligreses, Personal Contratado.

Tema : Propuesta de mejora al personal contratado en la satisfacción de los feligreses que brinda la secretaria de la iglesia san Lorenzo del Cantón Vinces.

1.4. Formulación del problema

¿Qué incidencia tiene la atención del personal contratado, en la satisfacción de los feligreses, de la secretaria de la Iglesia San Lorenzo, del cantón Vinces, Provincia de Los Ríos, en el año 2017?

1.5. Variables de Investigación

Variable Independiente: Personal Contratado

Variable Dependiente: Satisfacción de los feligreses

1.6. Objetivos de la investigación

1.6.1. Objetivo General

Realizar un plan de mejora al personal contratado para la satisfacción de los feligreses, que brinda la Secretaria de la Iglesia San Lorenzo, del cantón Vinces.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente al personal contratado, y satisfacción de los feligreses.
- Diagnosticar el estado del personal contratado en la satisfacción de los feligreses.
- Elaborar un plan de mejoras de capacitación al personal contratado.

1.6.3. Evaluación del problema

Delimitado.- Ineficaz atención del personal contratado, en la satisfacción de los feligreses, de la secretaria de la Iglesia San Lorenzo, del cantón Vinces, Provincia de Los Ríos, en el año 2017.

Claro. - El tema objeto de estudio es claro por qué se pueden identificar los componentes de la situación problema, como la variable independiente, el termino conector, la variable dependiente, espacio geográfico y el espacio temporal.

Evidente.- Si porque de esta manera se observa la variable independiente como causa, el termino conector que enlaza a la variable independiente con la dependiente, el espacio geográfico y el espacio temporal.

Concreto.- El desarrollo del tema objeto de estudio se concreta en describir la situación problemica de cada uno de sus componentes, de tal manera que no se pude abrir de lo estructurado.

Relevante.- Servirá como modelo para replicar en otras instituciones y se evite la inasistencia de los feligreses.

Original.- Tema poco desarrollado en el entorno por lo tanto se lo considera original.

Factible. - Es factible por qué los directivos están dispuestos a colaborar en todo lo necesario para la culminación del trabajo de investigación.

1.7. Justificación e Importancia

La iglesia San Lorenzo es una institución que es considerada como uno de los patrimonios culturales del cantón, a través de los años ha brindado sus servicios religiosos a la ciudadanía, teniendo como prioridad brindar un buen servicio tanto a visitantes de otras provincias como a habitantes locales.

La importancia fundamental que tiene una parroquia es conocer la opinión de sus feligreses, lo que le permitirá posteriormente establecer acciones de mejoras en la parroquia.

Esta investigación es conveniente ya que indagará y permitirá la mejora en la atención por parte del personal contratado y así poder satisfacer a los feligreses.

La relevancia social que tiene esta investigación es que satisfará la necesidad de los feligreses que viven alrededor de la Iglesia San Lorenzo del Cantón Vinces y al mismo tiempo mejorará la atención por parte del personal contratado.

El alcance social que tiene esta investigación es que permitirá marcar diferencia de los demás credos religiosos, porque dará una mejor atención a los feligreses.

Esta investigación tiene aplicación práctica ya que permitirá solucionar la problemática que se ocasiona por la mala atención hacia los feligreses, ya que esta investigación se efectúa con antecedentes y testimonios reales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. Fundamentación Teórica

2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Según (Acosta Gómez, 2012) para la doctrina social cristiana el trabajo tiene un cuádruple sentido: personal, social, universal y religioso.

1. El empleo posee un sentido personal. Facilita al trabajador y a su hogar una forma de sustento. Es un título de comisión, el sostén de la subsistencia financiera y competitiva. Para la mayoría de las personas, el trabajo es el único motivo de remuneración.
2. El empleo posee un sentido social. El trabajo es la circunstancia más substancial hacia el progreso de la economía y para el adecuado bienestar social. Asimismo, las personas comprueban en el trabajo su obediencia mutua.
3. El empleo posee un sentido mundial. Todo el mundo, con todas sus viabilidades, ha sido fiado al ser humano por Dios para su potestad y uso. El mundo debe servir a la humanidad para que éste logre realizarse. El recurso para obtenerlo es el trabajo. Por él se revelan y someten las fuerzas de la naturaleza. “una cosa es innegable para los religiosos: la acción humana particular y agrupada o el conjunto inmenso de esfuerzos ejecutados por el ser humano a lo largo de las épocas para obtener excelentes circunstancias de vida, reflexionando en sí mismo, responde a la voluntad de Dios”.
4. El empleo posee un sentido religioso. El ser humano, como colaborador de Dios, asume el compromiso de dirigir libremente la creación y todos los sucesos fundados. Está atado a la tierra. Trabaja para sí y su familia con el sudor de su frente. De aquí

que el trabajo pueda transformarse a veces en una abominación. Con todo, la misión divina del trabajo continúa en pie inclusive en el mundo rendido. Dios avala la persistencia del mundo en el cultivo y en la cosecha. El trabajo traslada en sí la recordación de la misión divina de administrar la tierra.

Desde el tiempo antiguo, el hombre permanentemente ha examinado satisfacer sus necesidades por medio de lo que ellos creaban, con el pasar del tiempo, cambió la manera de conseguir los productos ya que la distancia era larga, en seguida esto fue sustituido con los organismos de racionamientos, como son; los mercados ya que estos tenían mayor diversidad de productos debido a que existía mucha competencia en los mercados, era demasiada la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, y por eso nace una nueva visión en la venta del producto, que en la actualidad se lo llama servicio al cliente.

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. (Serna Gómez & Serna H , 2006)

Diferentes autores han escrito sobre el concepto de satisfacción presentado un abanico de criterios y puntos de vista. Reyes, S; Mayo, J. y Loredo, N. (2009) definen que “la satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio acerca de un rasgo del producto o servicio, o un producto y servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo.” (p.17).

Más del 30% de los casos una atención insatisfactoria al cliente es debido a causas menores pero que a su vez hacen que nuestro servicio no sea el mejor. Esto quiere decir que estas causas tienen una fuerte incidencia en el nivel de calidad que se brindan.

Kotler citado por Reyes, S; Mayo, J. y Loredo, N. (2009, p. 17) afirma que

“un cliente puede experimentar diferentes grados de satisfacción. Si la actuación del producto no llega a cumplimentar sus expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si la actuación está a la altura de sus expectativas, el cliente estará satisfecho. Si la actuación supera las expectativas, el cliente estará muy satisfecho o encantado.”

Los clientes o consumidores que se encuentran en el grado de clientes satisfechos el 14.4% están de acuerdo con la calidad del producto/servicio percibida, los que están más o menos satisfechos el 12.6% están más o menos de acuerdo con la calidad percibida, los que están insatisfechos el 14.9% están en desacuerdo con la calidad percibida. Excepto, aquellos que están más o menos insatisfechos el 9.8% están más o menos de acuerdo con la calidad percibida.

2.2. ANTECEDENTES REFERENCIALES

Un empleado contratado es un individuo que una empresa contrató para brindar un conjunto específico de servicios. La relación empleado / empleador se establece conforme a términos y condiciones de un contrato laboral escrito. (Broemmel, 2017).

“La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe”. (Pérez Torres, 2006).

“La calidad interna se crea dentro de la organización, mientras la calidad externa constituye la imagen que la organización presenta al exterior”. (Pérez Torres, 2006).

La calidad en la atención al cliente representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta empresarial. (Pérez Torres, 2006).

Solo se puede lograr la excelencia en la atención del cliente con el aporte de todos sus participantes.

Un plan de mejora es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento, el rendimiento educativo en nuestro caso. Pueden ser de muchos tipos: organizativos, curriculares. (¿Qué es un plan de mejora?, s.f.)

Las medidas de mejora deben ser sistemáticas, no improvisadas ni aleatorias. Deben planificarse cuidadosamente, llevarse a la práctica y constatar sus efectos.

En la ciudad de Guayaquil, en el año 2012 de la Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativa y Contable, encontré este tema referente a mi proyecto **Estudio de La Satisfacción al Cliente en el marco de una Empresa de Transporte Terrestre dentro de la Comunidad Andina Específicamente Ecuador, Colombia y Perú**, Autora. Luz Eidy Ortiz Esquivel. Esta tesis se asemeja con mi investigación acerca de la satisfacción al cliente, y las estrategias de mejoras al personal contratado.

Administración logística

“La administración es la herramienta específica que permite que las organizaciones sean capaces de generar resultados y de satisfacer necesidades”. (CHIAVENATO, 2009).

La administración es el proceso de tomar decisiones sobre los objetivos y la utilización de los recursos. Abarca cinco tipos principales de decisiones, llamadas también procesos o funciones: planeación, liderazgo, dirección y control”. (Amaru, 2009).

La administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el empleo de los recursos organizacionales para conseguir determinados objetivos con eficacia y eficiencia. (Chiavenato, 2001).

La administración es un grupo de operaciones, que posee como procesos; planear, organizar, tutelar y vigilar los recursos utilizados y acciones de un trabajo con el fin de alcanzar los propósitos u objetivos que una empresa tiene planteado.

Satisfacción de los clientes

Es un requerimiento necesario para ocupar una parte en la mente de los compradores y por consiguiente en el mercado meta, por lo cual, el propósito de conservar saciado a cada comprador ha atravesado los límites de la oficina de marketing para componer en uno de los vitales propósitos de cada una de los sitios utilizables (fabricación, economías, talento humano, etc...) de las organizaciones famosas. (Thompson, 2006)

Ventajas de satisfacer al cliente:

Ventaja #1 un comprador satisfecho regresa una vez más a adquirir dicho producto o servicio. Por ende, la organización aprovecha su fidelidad y en un futuro podrá ofrecer una variedad de productos o servicios.

Ventaja #2 un comprador satisfecho informa a otras personas de su vivencia auténtica con el producto o servicio que adquirió. Por ende, la organización aprovecha la propagación gratuita del comprador satisfecho a las personas que le rodean.

Ventaja #3 un comprador satisfecho no le compra a la competencia. Por ende, la organización aprovecha la participación que le da ese cliente en el mercado.

La satisfacción del cliente se debe entender como la medida que una empresa ha resuelto las carencias o problemas manifestados. Satisfacción es; individual, basada en las expectativas que cada uno posee y la situación que se debe resolver. (Lic. Vivas Márquez, 2010).

La satisfacción consiste en el grado de aceptación de un producto o servicio luego de ser consumido, quiere decir que dicho producto o servicio llene las expectativas del comprador.

Clientes

Un cliente se define como un consumidor que reitera la compra de los productos / servicio que las empresas ofrecen. Los clientes son los que generan la mayor parte del flujo de caja futuro en cualquier empresa. (Lic. Vivas Márquez, 2010)

Alguien que receipta un producto con el fin de que este satisfaga su necesidad o llene sus expectativas.

El servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Particularidades del servicio al cliente: es intangible, es perecedero; se produce y consume instantáneamente; es continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio; es integral, todos forman parte. (Serna Gómez & Serna H , 2006)

Departamento de secretaria

Se llama secretaria o secretario a la persona que ejerce como asistente de dirección o administrativo, y que está encargada de supervisar los asuntos, sobre todo aquello que requiera confidencialidad. (Secretario (administración), 2015)

Sus desempeños primordiales tienen congruencia con el trabajo de oficina:

- Recoger documentaciones;
- Recibir visitas;
- Archivar documentaciones;
- Notificar todo lo concerniente al departamento del cual pertenece;
- Recibir llamadas telefónicas;

- Mantener la agenda modificada, tanto telefónica como de direcciones y de reuniones;
- Saber utilizar los equipos de oficina;
- Extenso discernimiento de la organización.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Se trata de que cada uno de los países que existen en el mundo poseen estatutos que administran los comportamientos sociales, que se puedan cumplir y que favorezca a todos los ciudadanos de cada país.

La fundamentación se basa, en que las leyes que agreguemos en este proyecto posean correspondencia con esta investigación.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.

En octubre de 2008, entró en vigor la nueva Constitución que contiene disposiciones que garantizan la libertad de culto, al igual que la constitución anterior. La Asamblea Constituyente que redactó la Constitución debatió sobre varios temas con repercusiones religiosas, como el aborto, el matrimonio entre personas del mismo sexo y el uso del nombre de Dios en la Constitución.

Derecho de la Libertad

Art. 66 (numeral 8): El derecho a practicar, conservar, cambiar, profesar en público o en privado, su religión o sus creencias, y a difundirlas individual o colectivamente, con las restricciones que impone el respeto a los derechos.

El Estado protegerá la práctica religiosa voluntaria, así como la expresión de quienes no profesan religión alguna, y favorecerá un ambiente de pluralidad y tolerancia.

REGLAMENTO DE CULTOS RELIGIOSOS

I. De la publicación y registro del estatuto

Art. 20.- Las entidades religiosas que contraten servicios de trabajadores, sean empleados u obreros, están sometidas en todo a las prescripciones del Código del Trabajo y a las obligaciones hacia el IESS, pero, por no ser empresas de carácter lucrativo, no estarán obligadas al reparto de utilidades entre sus trabajadores.

LEY ORGÁNICA DE IGUALDAD Y LIBERTAD RELIGIOSA

TÍTULO SEGUNDO

Principios y Derechos

Art. #5 libertades de conciencia y religión. - en el marco de la dignidad de la persona humana, el estado respeta los diversos credos religiosos de acuerdo con la constitución y los instrumentos internacionales suscritos y ratificados por el Ecuador, en consecuencia, reconoce, protege y garantiza la libertad de conciencia, reconoce, protege y garantiza la libertad de conciencia y sus prácticas religiosas privadas y públicas. El estado promoverá su real goce y ejercicio sin perjuicio del respeto al principio de laicidad.

Art. #6 principio de laicidad. - el Ecuador es un Estado laico, por tanto, ninguna religión o espiritualidad es ni será oficial o estatal. Dentro de un régimen de neutralidad y autonomía, el Estado mantiene relaciones armónicas con todas las entidades religiosas establecidas en el Ecuador y mantiene una posición de imparcialidad frente a sus concepciones y creencias.

Art. #7 principio de igualdad y equidad religiosa. - en lo formal todas las entidades religiosas son iguales ante la ley en derechos, obligaciones y beneficios. Ninguna ley y ningún convenio que firme el Estado ecuatoriano pueden ser discriminatorios de cualquier Entidad Religiosa.

En lo material, se prohíbe toda acción u omisión que directa o indirectamente discrimine a una entidad religiosa en razón de sus creencias, práctica o ideario. El Estado no podrá reconocer u otorgar a ninguna entidad religiosa un trato privilegiado en desmedro de otras.

Art. #8 principio de libertad religiosa. - toda persona tiene derecho a profesar una religión, a conservarla o a cambiarla, a exteriorizarla a través de la libre manifestación individual o colectiva, pública o privada, lo que incluye el culto, la difusión e información religiosa, la formación, educación, misión y enseñanzas religiosas, la reunión y asociación con fines religiosos y otras libertades que guarden relación con aquellas.

Art. #16 límites de manifestación de la libertad religiosa. - de conformidad con los tratados internacionales de derechos humanos ratificados por el Estado, la libertad de manifestar la propia religión estará sujeta únicamente a las limitaciones que prescriba la ley y que sean necesarias para proteger la seguridad, el orden, la salud o la moral públicos o los derechos y libertades fundamentales de los demás.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2017-2021

Plan #1: avalar una vida honrada con equivalentes oportunidades para todos los seres humanos.

El avalar una vida honrada con equivalentes oportunidades para todos los seres humanos es una manera exclusiva de apropiarse el encargo del Estado para alcanzar el progreso; este es el primordial encargado de suministrar a todos los seres humanos, las iguales circunstancias y situaciones para lograr sus propósitos a lo largo de toda su vida, proporcionando servicios de tal forma que los hombres e instituciones desistan de ser sencillos favorecidos para ser sometidos que se ajustan, piden y practican sus derechos.

Estrategias

- Iniciar la inserción financiera y benéfica; batallar la escasez en todas sus extensiones, con el fin de avalar la imparcialidad financiera, benéfica, pedagógica y geográfica.
- Avalar la dirección a la responsabilidad faculta y la seguridad general de cada una de las personas.

Plan #5: inspirar la producción y competencia para el desarrollo financiero para el incremento financiero razonable de modo redistributiva y copartícipe

La descendencia de labor y profesión es una intranquilidad inquebrantable en las pláticas. En ellos se plantea la dinamización de los clientes profesionales por medio de características de tratados para fragmentos que poseen una demanda y dinámica puntualizada.

Estrategias

- Crear trabajo y ocupación merecedores avivando la utilización de las construcciones edificadas y las capacidades cimentadas.

2.4. CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Las variables de investigación se presentan de dos formas cuantitativa y cualitativa, se utilizan para examinar una por una las particularidades que se van a analizar.

Variable Independiente: Personal Contratado

Una persona contratada es un sujeto o persona jurídica que una organización contrató para que este preste para ella sus servicios o haga un trabajo determinado a cambio de un pago o una remuneración.

Variable Dependiente: Satisfacción de los feligreses

La variable satisfacción de los feligreses se fundamenta en saturar las esperanzas y expectativas, con la calidad del servicio que brinda la secretaría de la Iglesia San Lorenzo del Cantón Vinces y así poder marcar la diferencia de los demás credos religiosos y así poder conseguir la fidelidad de los feligreses.

Definiciones Conceptuales

Satisfacción: suplir una necesidad.

Cliente: individuo que compra un producto para satisfacer una necesidad.

Proponer: manifestar una idea y que estas sean aprobadas para poder elaborarlas.

Mejora: progreso que se nota en algo para poder perfeccionarla.

Personal: una sola persona

Brindar: ofrecer algo

Feligreses: La palabra feligrés está originada en el latín “fili ecclesiae”, con el significado de hijo de la iglesia.

Atención al cliente: aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras.

Satisfacción de los feligreses: La satisfacción de los feligreses es un campo de estudio amplio e incluye distintas disciplinas y enfoque.

Religión: varias creencias, doctrinas y patrones que consienten comunicarse con Dios.

Entidad religiosa: grupo de individuos o personas jurídicas que en base a su fe y en lo que creen se unen para anunciar de manera íntima o propagada.

Iglesia: grupo de personas humanas que ejercen una definida fe cristiana.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

BREVE PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA DATOS DE LA EMPRESA

Iglesia “San Lorenzo” de Vinces

La actual iglesia fue construida en el año 1951.

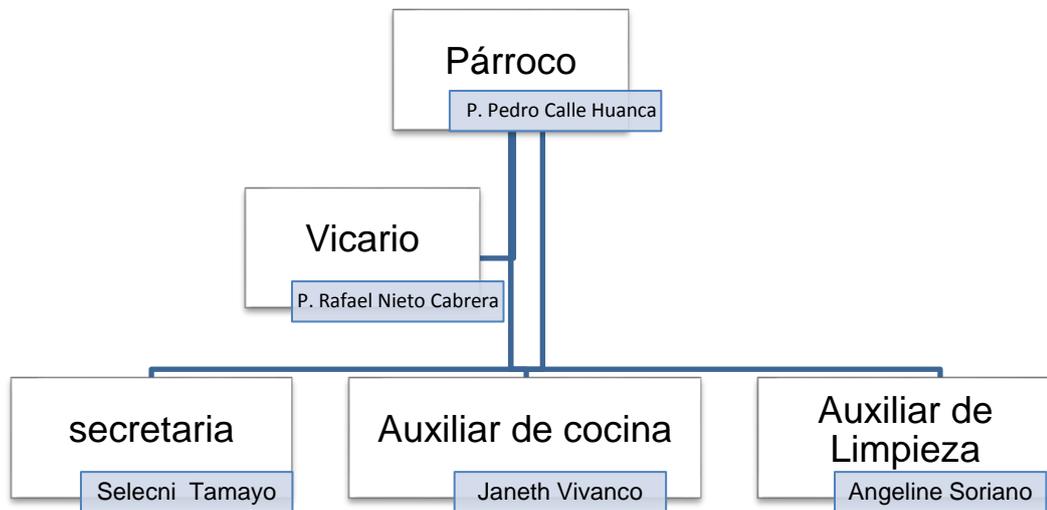
Misión

Guiados por el mandato misionero de Jesucristo y los carismas de los diversos grupos y movimiento, anunciamos a tiempo y destiempo la buena noticia del Evangelio desde la pastoral coordinada e insertada en la realidad social de Vinces.

Visión

Ser una parroquia evangelizada y evangelizadora que lleva a cabo la abundante Redención, preferentemente a los más pobres espiritualmente de manera organizada, comunitaria y coordinada desde el encuentro íntimo con Jesucristo vivo.

Gráfico 1 Estructura Organizativa



Elaborado por: Marly Cirila Santana Cerezo

Tabla 2. Plantilla de colaboradores

P. Pedro Calle Huanca	Párroco	1
P. Rafael Nieto Cabrera	Vicario	1
Selecni Tamayo	Secretaria	1
Janeth Vivanco	Auxiliar de cocina	1
Angeline Soriano	Auxiliar de limpieza	1

Elaborado por: Marly Cirila Santa Cerezo

Cientes, proveedores y competidores más importantes.

Cientes

- Los Feligreses.

Proveedores

- Diócesis de Babahoyo

- Conferencia Episcopal Ecuatoriana

Competidores

- Sectas

Principales productos o servicios

- Sacramentos
- Intenciones
- Fe de Bautismo
- Acta de Matrimonio
- Acta de defunciones
- Certificados de Primera Comunión
- Actas Supletorias

Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo.

Atención a los feligreses.

Funciones:

- Anotaciones de intenciones.
- Fe de bautismo.
- Actas supletorias.
- Agendar los Sacramentos.
- Coordinación de actividades Religiosas.

3. Diseño metodológico

“Conjunto de procedimientos para dar respuesta a la pregunta de investigación y comprobar la hipótesis”. (Calderon , 2014)

“es una relación clara y concisa de cada una de las etapas de la intervención; la descripción de cómo se va a realizar la propuesta de intervención; los pasos a seguir para generar una información que mi proyecto requiere”. (García Peña , 2009)

“La metodología es el instrumento que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación, sin la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico”. (Ramos Chagoya, 2008)

3.1. Diseño de la Investigación

Bibliográfico

“Cuando la investigación está orientada a la búsqueda, organización y análisis crítico de la literatura científica y el conocimiento en un campo del saber”. (Pinillos Seminario, 2012)

Procedimiento cuya finalidad es obtener datos e información a partir de documentos escritos y no escritos

De Campo:

“Es la recopilación de información fuera de un laboratorio o lugar de trabajo. Es decir, los datos que se necesitan para hacer la investigación se toman en ambientes reales no controlados”. (Cajal, s.f.)

Se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad.

Experimental

“Está orientada a descubrir los factores causales que producen o afectan la ocurrencia de un fenómeno”. (Pinillos Seminario, 2012)

Tiene como objetivo manipular variables con el propósito de comprobar o rechazar una hipótesis que expresa una relación causal entre ellas.

Cualitativo

Método de investigación que a través de la recaudación de datos busca hallar el cómo y porqué de que algo suceda, trata de percibir a fondo la conducta de los sucesos y sobretodo se enfoca en entender la conducta humana, pero sin establecer estadísticas. (Ramirez Franco , 2011)

Tiene base en el principio positivista y neopositivista y su objetivo es el estudio de los valores y fenómenos cuantitativos para establecer y fortalecer una teoría planteada”. (Canaan, s.f.)

Se basa en la obtención de datos en principio no cuantificables, basados en la observación

Cuantitativo

“Método de investigación que se encarga de examinar datos de forma numérica realizada gracias a resultados estadísticos, al ser un método deductivo necesita apoyarse en encuestas y experimentos para así lograr la recolección de datos”. (Ramirez Franco , 2011)

“La intención de este método es exponer y encontrar el conocimiento ampliado de un caso mediante datos detallados y principios teóricos”. (Canaan, s.f.)

La investigación cuantitativa se basa en el estudio y análisis de la realidad a través de diferentes procedimientos basados en la medición

Entre estos tipos de diseños de investigación trabajaré con el de Campo y el bibliográfico.

3.2. Tipos de Investigación

Explorativa

“Para aproximarse a temas poco estudiados y sentar las bases para futuras investigaciones”. (Calderon , 2014).

“Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general de tipo aproximativo respecto a una determinada realidad”. (Ramos Chagoya, 2008).

Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes.

Explicativo

“Su propósito es investigar por qué ocurren y en qué ocurren y en qué condiciones se manifiestan los fenómenos físicos y sociales”. (Calderon , 2014).

Se centra en establecer las formaciones, los principios de un definido conjunto de fenómenos, donde el objetivo es saber por qué acontecen algunos hechos a través de la demarcación de los vínculos causales presentes o de los escenarios en que ellas se producen. (Ramos Chagoya, 2008).

Se busca no solo el qué, sino el porqué de las cosas, y cómo han llegado al estado en cuestión.

Descriptiva

“Cuando la investigación se orienta al conocimiento de la realidad tal como ésta se presenta en una determinada situación espacio temporal”. (Pinillos Seminario, 2012).

“Su propósito es identificar las características, propiedades, dimensiones y regularidades del fenómeno en estudio”. (Calderon , 2014)

Se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad.

Correlacional

El método correlacional mide el grado de asociación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones), es decir miden cada variable presuntamente relacionada y después miden y analizan la correlación.

Tales correlaciones se sustentan en hipótesis a prueba. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

Tipo de estudio que persigue medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables.

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población

“Es la totalidad de sujetos o elementos que tienen características comunes. En otras palabras, una población es la totalidad de los miembros de la unidad de análisis. Identificar y describir la población objetivo; establecer sus límites espaciales y temporales”. (Pinillos Seminario, 2012).

“La población, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos de estudio”. (Arias, 2006).

Población Finita: es el conjunto compuesto por una cantidad limitada de elementos, como el número de especies, el número de estudiantes, el número de obreros.

Población Infinita: es la que tiene un número extremadamente grande de componentes, como el conjunto de especies que tiene el reino animal.

Tabla 3. Población

Características	Cantidad
Párroco	1
Vicario	1
Secretaría	1
Personal de aseo	1
Asistente de cocina	1
Consejo Pastoral	14
Total	19

Elaborado por: Marly Cirila Santana Cerezo

3.3.2. Muestra

“Es un sub conjunto de la población, es necesario que todos los elementos de ella pertenezcan a la población, por eso se dice que una muestra debe ser representativa de la población”. (Pinillos Seminario, 2012).

“Subconjunto de la población estadísticamente representativo. Parte de ella, con las mismas características de la población objeto de estudio”. (Carmen Luisa, 2011).

3.3.3. Tipos de muestra

Muestreo

“El muestreo es la técnica a través de la cual se estudia la muestra. Explicar la obtención de la representatividad de la muestra (muestreo) y adecuación (tamaño de muestra)”. (Pinillos Seminario, 2012).

Muestreo estratificado: una muestra es estratificada cuando los elementos de la muestra son proporcionales a su presencia en la población. La presencia de un elemento en un estrato excluye su presencia en otro.

Como la población es finita no se necesitará muestra.

Muestreo no probabilístico:

“Cuando no tenemos acceso a una lista completa de los individuos que forman la población (marco muestral) y por lo tanto no conocemos la probabilidad de que cada individuo sea seleccionado para la muestra”. (Ochoa, 2015).

Muestreo probabilístico:

“Es requisito que todos y c/u de los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados (azar). Se debe tener disponible un listado completo de todos los elementos de la población”. (Dr. Espinoza Salvadó, 2016).

Métodos y técnicas de investigación

Método Científico:

El método científico es un conjunto de pasos ordenados, que se emplea principalmente en el hallazgo de nuevos conocimientos en las ciencias

Método Teórico:

Esté método se utiliza menos que el método experimental o inductivo. Se le llama deductivo porque en esencia consiste en sacar consecuencias (deducir) de un principio o suposición.

Método Empírico:

Permite al investigador hace una serie de investigación referente a su problemática, retomando experiencia de otros autores, para de ahí a partir con su exploración

Método Dialéctico

“Característica esencial, que considera los fenómenos históricos y sociales en continuo movimiento. Dio origen al materialismo histórico, el cual explica las leyes que rigen las estructuras económicas y sociales, sus correspondientes superestructuras y el desarrollo histórico de la humanidad”. (Ramos Chagoya, 2008).

Método Sintético

“Será utilizado durante la elaboración de las conclusiones, las mismas que permitirán la elaboración de nuestras recomendaciones para la solución al problema de investigación”. (Pinillos Seminario, 2012)

“Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos”. (Ramos Chagoya, 2008).

Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos

En este proyecto se trabajará con el método científico y dialectico.

3.4. Técnicas de Procedimientos.

Observación

“Consiste en la percepción directa del objeto de investigación; es el instrumento universal del científico; permite conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos”. (Ramos Chagoya, 2008).

Entrevista

Es una técnica de colección de investigación por medio de un diálogo profesional, con la que además de obtener información relacionada de lo que se averigua, tiene valor desde el punto de vista educativo; las deducciones a adquirir en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el entrevistador y los partícipes en la misma. (Ramos Chagoya, 2008).

Encuesta

“Es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado”. (Ramos Chagoya, 2008)

Método de muestreo a utilizar y técnica utilizada

En este trabajo de investigación manipularemos la muestra probabilística porque la población del mismo es finita ya que el número de integrantes es limitado.

En este trabajo de investigación manipularemos la entrevista y la encuesta ya que estas nos otorgarán y facultarán recaudar una mejor información.

Diseño de la encuesta

Datos generales

Objetivo de la encuesta: mejorar la atención que brinda el personal contratado hacia los Feligreses de la Iglesia San Lorenzo del Cantón Vinces para satisfacer sus necesidades.

ENCUESTA PARA PERSONAL DE SECRETARÍA

Género: femenino () masculino ()

Edad: 18 a 25 años () 26 a 30 años () 31 a 35 años ()
 36 a 45 años () 46 años en adelante ()

Nivel de estudios: Básico () Medio () Superior ()

1. ¿Qué cargo ocupa usted en la iglesia?

2. ¿Cómo examina el servicio que presta el departamento de secretaría de la iglesia?

Muy alto

Alto

Muy bajo

Bajo

Regular

3. ¿Cuál es el grado de satisfacción al pertenecer a la iglesia?

Muy bueno

Bueno

Malo

4. ¿La iglesia brinda comunicación habitual y positiva con los feligreses, a través de los anuncios dominicales, cartas, emails y el sitio web?

Si

No

5. ¿El personal de secretaria de la iglesia, es caritativo y respetuoso en la interrelación con los demás?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Casi nunca

Nunca

6. ¿La iglesia impulsa un sentido de oportunidad y un clima de hospitalidad?

Si

No

7. ¿Cuántas capacitaciones al año recibe el personal de secretaria?

1

2

3

4

8. ¿Cree usted que las capacitaciones servirán para mejorar la atención al cliente?

Si

No

ENCUESTA PARA 30 FELIGRESES

Género: femenino () masculino ()

Edad: 18 a 25 años () 26 a 30 años () 31 a 35 años ()
36 a 45 años () 46 años en adelante ()

Nivel de estudios: Básico () Medio () Superior ()

1. ¿Del 1 al 5 señale cual es el trato del personal hacia los usuarios o clientes?

1

2

3

4

5

2. Calidad del servicio que brinda la secretaría de la Iglesia San Lorenzo

Alto

Muy alto

Bajo

Muy bajo

3. ¿La iglesia brinda acostumbrados encuentros de generosidad posteriormente de la misa y los programas sociales anuales?

Muy frecuente

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

4. Señale que desearía ver con frecuencia por parte de la parroquia.

Impulsar más la colaboración parroquial

Ser más generosos

Tener más participación junto con la comunidad

Trabajos benéficos para las familias

5. ¿Con que periodicidad presencia usted la Iglesia San Lorenzo?

Fin de semana

Entre semana

Una vez al mes

Días festivos

6. ¿Cuál es el grado de satisfacción al ser atendido por el personal de secretaría?

Muy bueno

Bueno

Malo

7. ¿El Padre de la Iglesia acoge sus necesidades y peticiones?

Si

No

8. ¿Qué información desea incluir a través de los anuncios dominicales, cartas, emails y el sitio web?

Feligreses que se han destacado

Acotaciones del Padre

Enseñanzas católicas

Artículos generales

Patrón de cuestionario de entrevista

Objetivo: la entrevista autorizará obtener informes auténticos que ayuden a reparar el presente problema de la Iglesia San Lorenzo y así diseñar una propuesta de mejora.

- 1. ¿Podría usted describirme la misión y visión de la iglesia?**

- 2. ¿Dialoga sobre la misión y visión de la Iglesia con el personal contratado?**

- 3. ¿Piensa que la iglesia está consolidada y firme?**

- 4. ¿La iglesia disfruta de una misericordiosa reciprocidad con la comunidad?**

- 5. ¿Qué haría usted para que los feligreses se comprometan con la misión y visión de la iglesia?**

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis de la encuesta al trabajador contratado

¿Cómo examina el servicio que presta el departamento de secretaría de la iglesia?

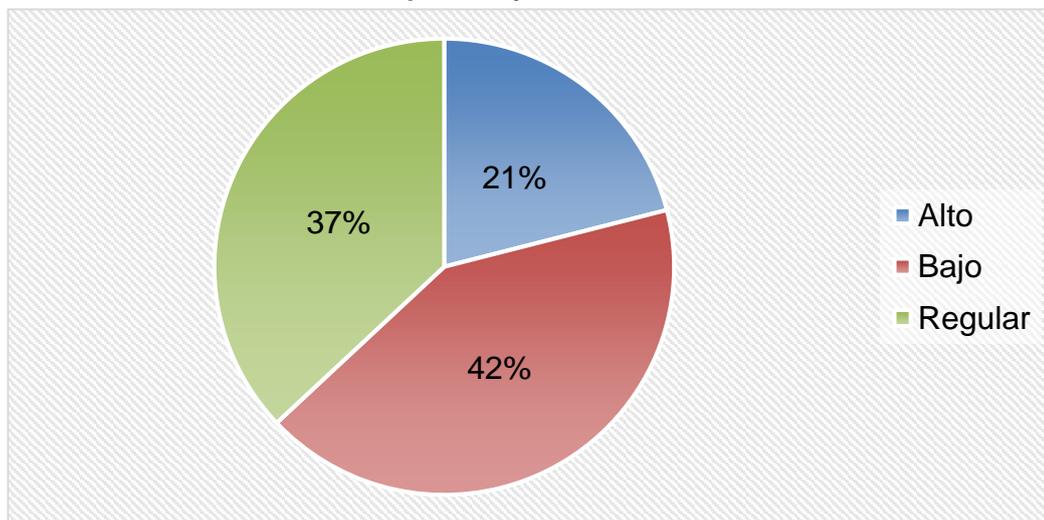
Tabla 4. Servicio

Muy alto	0	0%
Alto	4	21%
Muy bajo	0	0%
Bajo	8	42%
Regular	7	37%
Total	19	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 2 Servicio

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo



Análisis: en referencia al servicio que presta el departamento de secretaría tenemos un 42% que dicen que la atención es baja, un 37% que es regular y un 21% que dice que es alto el servicio que se ofrece.

Interpretación: existe un mayor porcentaje del personal contratado que dice que la atención que se ofrece es baja.

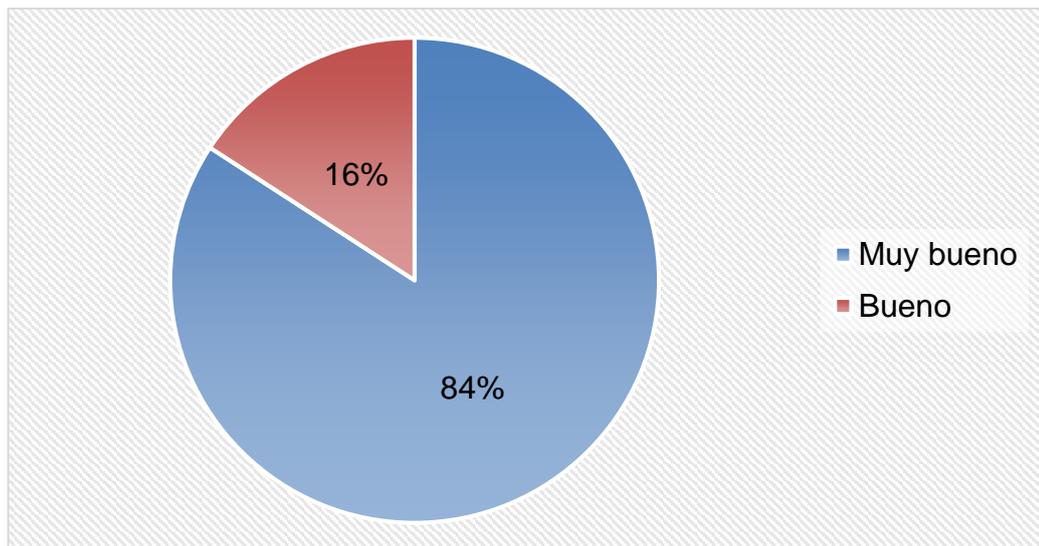
¿Cuál es el grado de satisfacción al pertenecer a la iglesia?

Tabla 5. Satisfacción

Muy bueno	16	84%
Bueno	3	16%
Malo	0	0%
Total	19	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 3 Satisfacción



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia al grado de satisfacción que siente el personal contratado al pertenecer a la iglesia tenemos un 84% que se sienten satisfechos y un 16% que dice lo contrario.

Interpretación: existe un mayor porcentaje del personal contratado que dice que se sienten satisfechos de pertenecer a la iglesia.

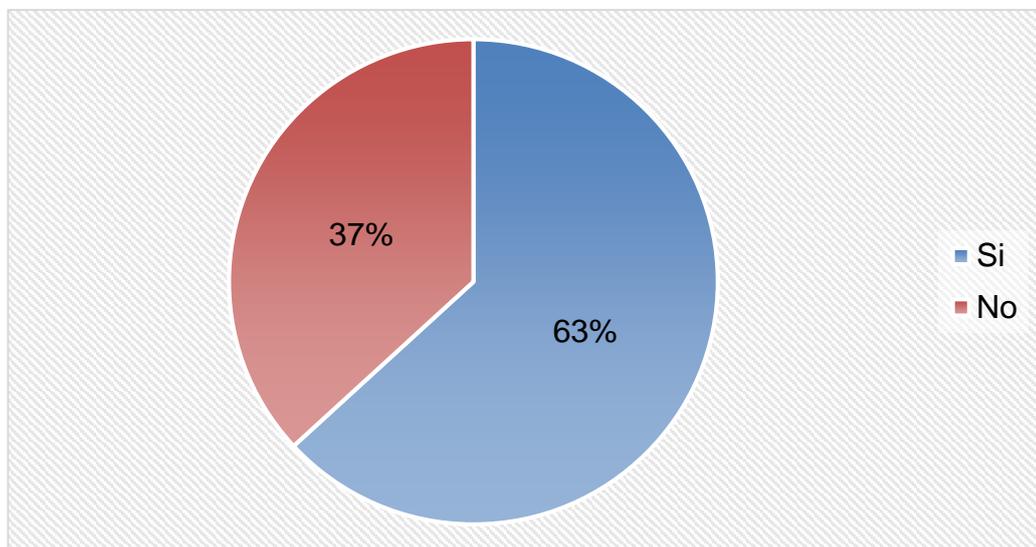
¿La iglesia brinda comunicación habitual y positiva con los feligreses, a través de los anuncios dominicales, cartas, emails y el sitio web?

Tabla 6. Comunicación

Si	12	63%
No	7	37%
Total	19	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 4 Comunicación



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia a si la iglesia brinda comunicación habitual y positiva con los feligreses a través de los anuncios dominicales, cartas, emails y el sitio web, tenemos un 63% del personal contratado que dice que sí y un 37% que dice que no.

Interpretación: existe un mayor porcentaje del personal contratado que dice que la iglesia si brinda comunicación habitual y positiva.

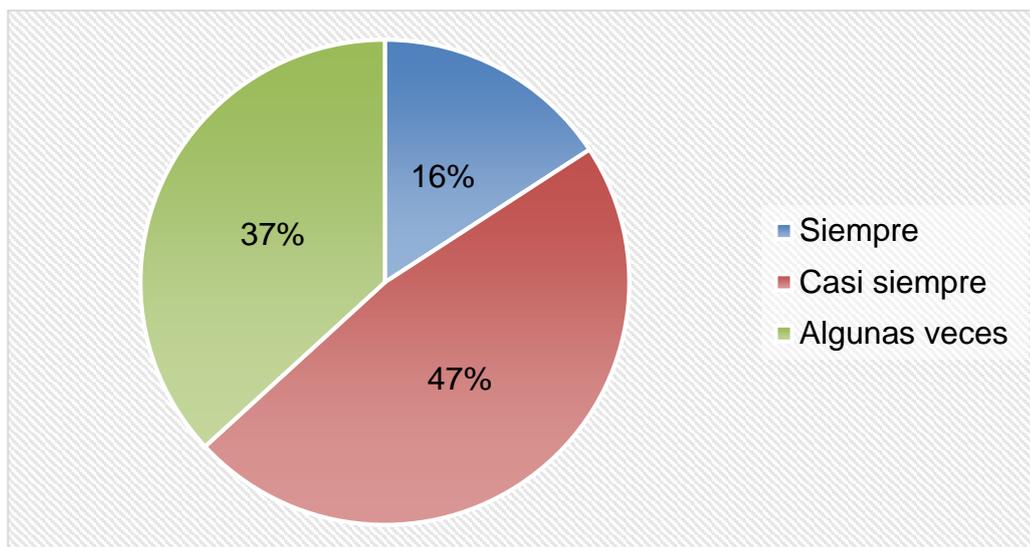
¿El personal de secretaria de la iglesia, es caritativo y respetuoso en la interrelación con los demás?

Tabla 7. Personal de secretaría

Siempre	3	16%
Casi siempre	9	47%
Algunas veces	7	37%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	19	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 5 Personal de secretaria



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia a si el personal contratado es caritativo y respetuoso en la interrelación con los demás, tenemos un 47% que dice que casi siempre, un 37% que dice algunas veces y un 16% que dice que siempre.

Interpretación: existe un mayor porcentaje del personal contratado que dice que casi siempre se es caritativo y respetuoso en la interrelación con los demás.

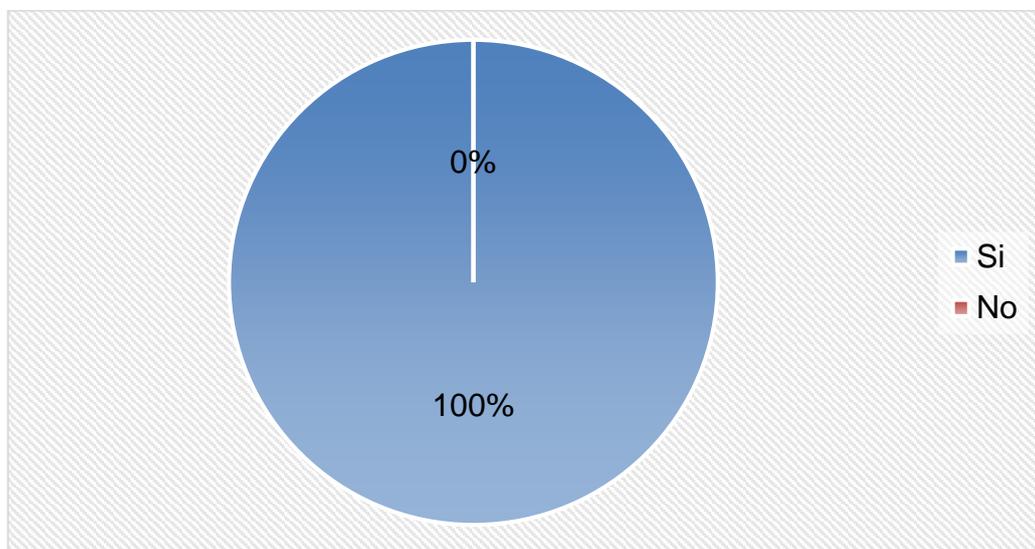
¿La iglesia impulsa un sentido de oportunidad y un clima de hospitalidad?

Tabla 8. Oportunidad y clima de hospitalidad

Si	19	100%
No	0	0%
Total	19	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 6 Oportunidad y clima de hospitalidad



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia a si la iglesia impulsa un sentido de oportunidad y un clima de hospitalidad, tenemos un 100% ya que toda la iglesia dice que si impulsa un sentido de oportunidad y un clima de hospitalidad.

Interpretación: todo el personal contratado dice que la iglesia si impulsa un sentido de oportunidad y un clima de hospitalidad.

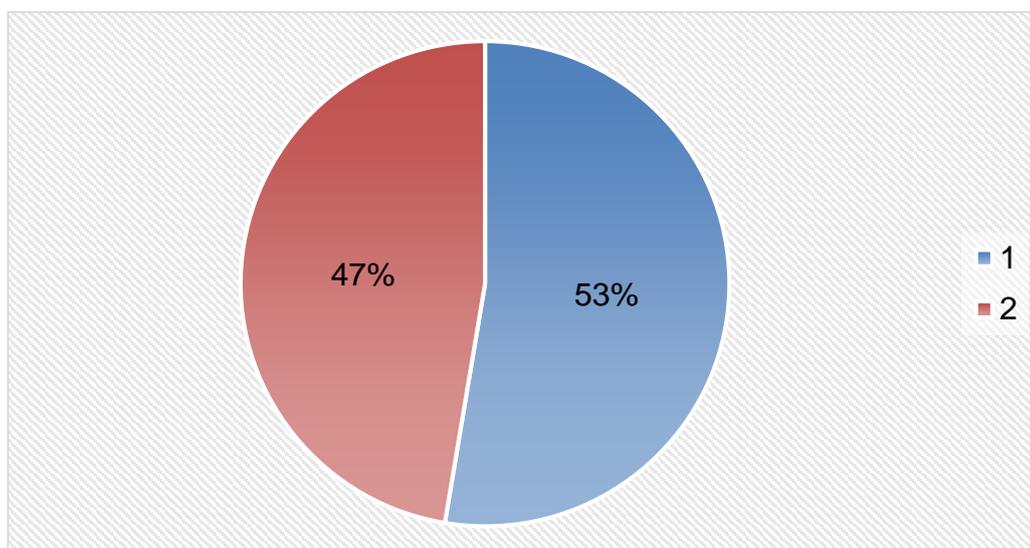
¿Cuántas capacitaciones al año recibe el personal de secretaria?

Tabla 9. Capacitación

1	10	53%
2	9	47%
3	0	0%
4	0	0%
Total	19	100%

Elaborado Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 7 Capacitación



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia a cuantas capacitaciones al año recibe el personal contratado, tenemos un 53% que dice que reciben 1 cada año y un 47% que dice que reciben 2 capacitaciones cada año.

Interpretación: existe un mayor porcentaje del personal contratado que dice que reciben 1 capacitación cada año.

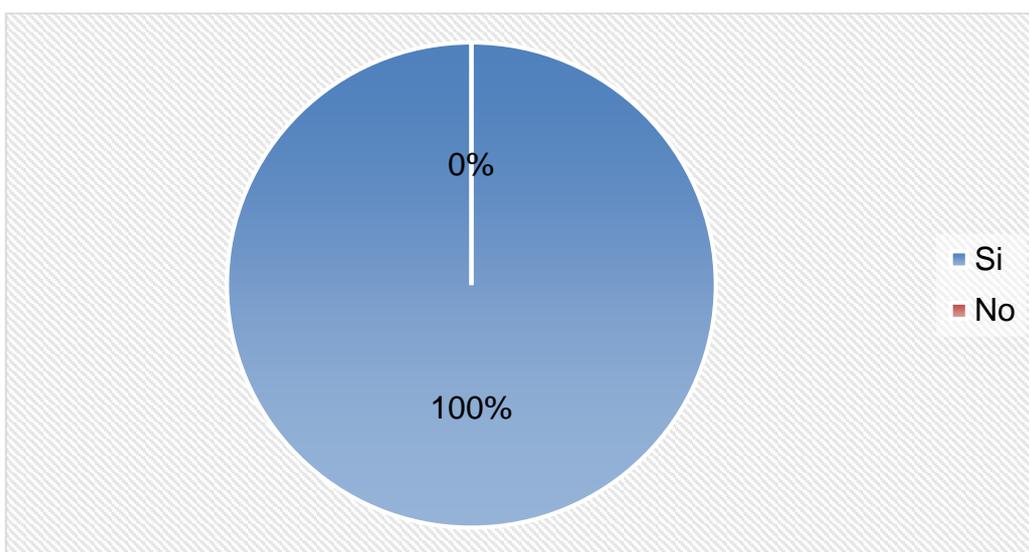
¿Cree usted que las capacitaciones servirán para mejorar la atención al cliente?

Tabla 10. Atención al cliente

Si	19	100%
No	0	0%
Total	19	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 8 Atención al cliente



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia a que, si el personal contratado cree que las capacitaciones servirán para mejorar la atención al cliente, tenemos un 100% esto quiere decir que todo el personal cree que si servirán para mejorar la atención al cliente.

Interpretación: todo el personal contratado dice que si cree que las capacitaciones servirán para mejorar la atención al cliente.

Análisis de la encuesta a los feligreses

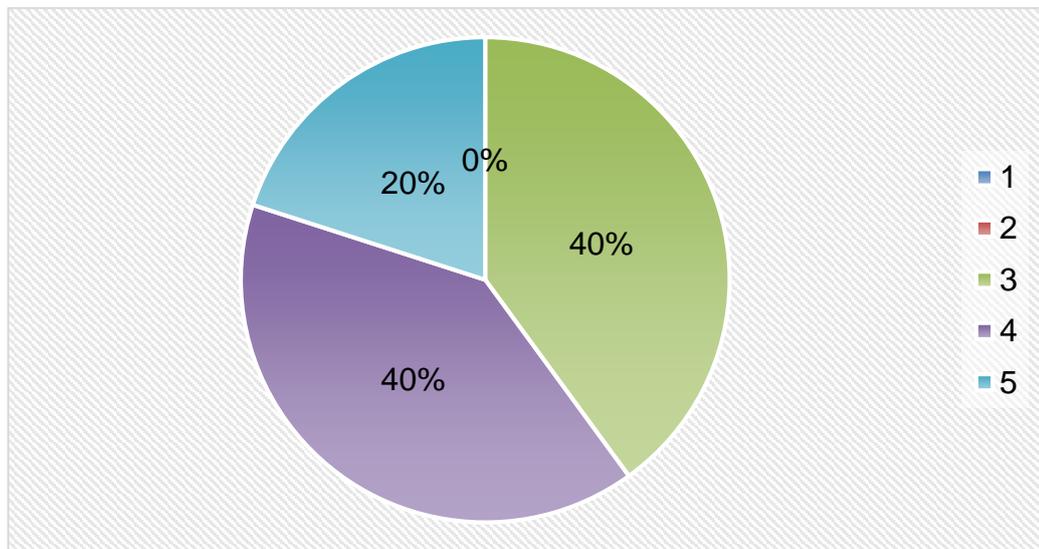
¿Del 1 al 5 señale cual es el trato del personal hacia los usuarios o clientes?

Tabla 11. Trato del personal hacia los clientes

1	0	0%
2	0	0%
3	12	40%
4	12	40%
5	6	20%
Total	30	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 9 Trato del personal hacia los clientes



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia al trato que brinda el personal contratado a los usuarios y clientes, tenemos un 40% de encuestados que afirman que del 1 al 5 reciben un trato de 4 y 3 y otros un trato de 5.

Interpretación: existe un mayor porcentaje de los usuarios o clientes de la iglesia que dice que el trato que reciben del 1 al 5 es del 3 a 4.

Calidad del servicio que brinda la secretaría de la Iglesia San Lorenzo

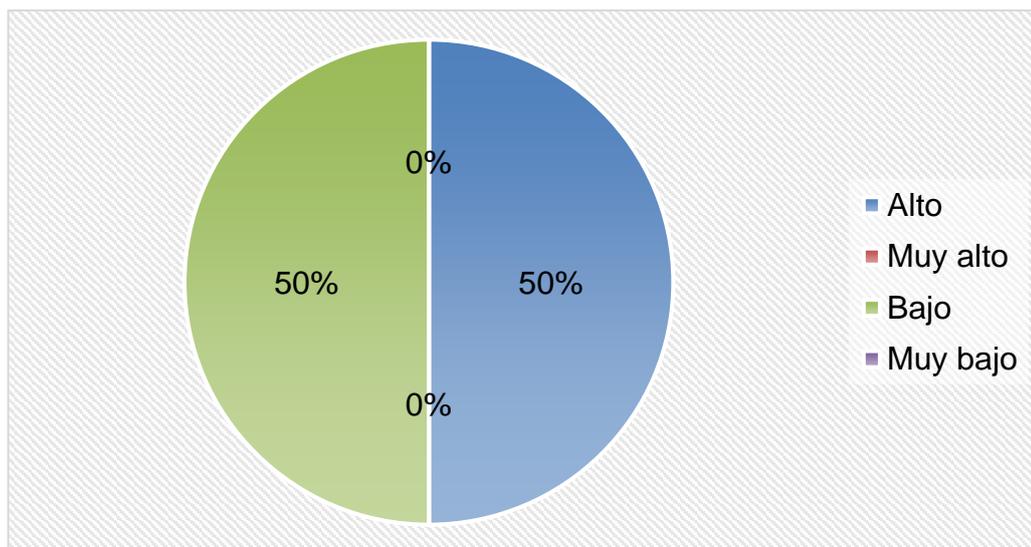
Tabla 12. Calidad del servicio

Alto	15	50%
------	----	-----

Muy alto	0	0%
Bajo	15	50%
Muy bajo	0	0
Total	30	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 10 Calidad del servicio



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia a la calidad del servicio que brinda la secretaria de la Iglesia San Lorenzo, tenemos un 50% de encuestados que dicen que es muy alta la calidad de servicio que brindan y un 50% que dicen que es bajo la calidad del servicio que brindan.

Interpretación: existe un porcentaje parejo en cuanto a la calidad de servicio que brinda la empresa.

¿La iglesia brinda acostumbrados encuentros de generosidad posteriormente de la misa y los programas sociales anuales?

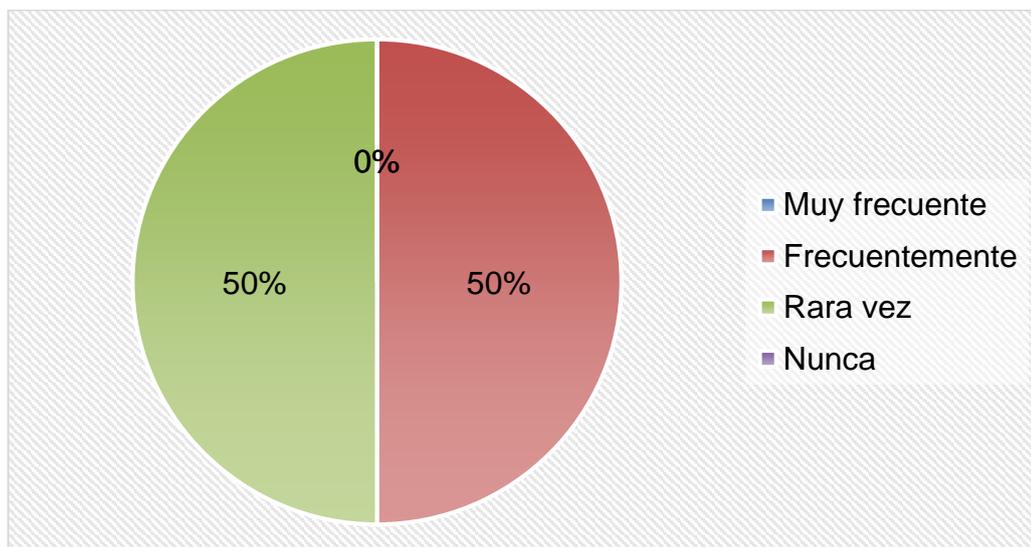
Tabla 13. Programas sociales

Muy frecuente	0	0%
---------------	---	----

Frecuentemente	15	50%
Rara vez	15	50%
Nunca	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 11 Programas sociales



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia a si la iglesia brinda acostumbrados encuentros de generosidad posteriormente de la misa y los programas sociales, tenemos un 50% de encuestados que dice que la iglesia frecuentemente brinda acostumbrados encuentros de generosidad y un 50% que dice que rara vez se da eso.

Interpretación: existe un porcentaje parejo en cuanto a si la iglesia brinda encuentros de generosidad posteriormente de la misa y los programas sociales.

Señale que desearía ver con frecuencia por parte de la parroquia.

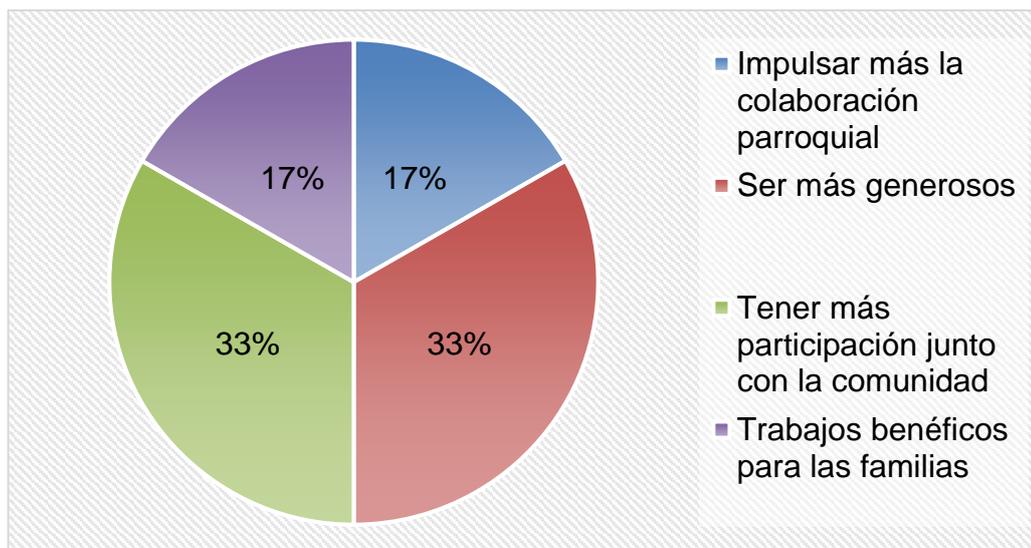
Tabla 14. Deseos y percepción de los clientes

Impulsar más la colaboración parroquial	5	17%
---	---	-----

Ser más generosos	10	33%
Tener más participación junto con la comunidad	10	33%
Trabajos benéficos para las familias	5	17%
Total	30	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 12 Deseos y percepción de los clientes



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia a que desearía ver con frecuencia el usuario o cliente de la iglesia por parte de la parroquia, tenemos un 33% de encuestados que desean que sean más generosos y que tengan más participación junto con la comunidad, un 17% de encuestados que desean que la iglesia impulse más la colaboración parroquial y los trabajos benéficos para las familias.

Interpretación: existe un mayor porcentaje de encuestados que dicen que desean que los trabajadores contratados de la Iglesia San Lorenzo sean más generosos y que tengan más participación junto con la comunidad.

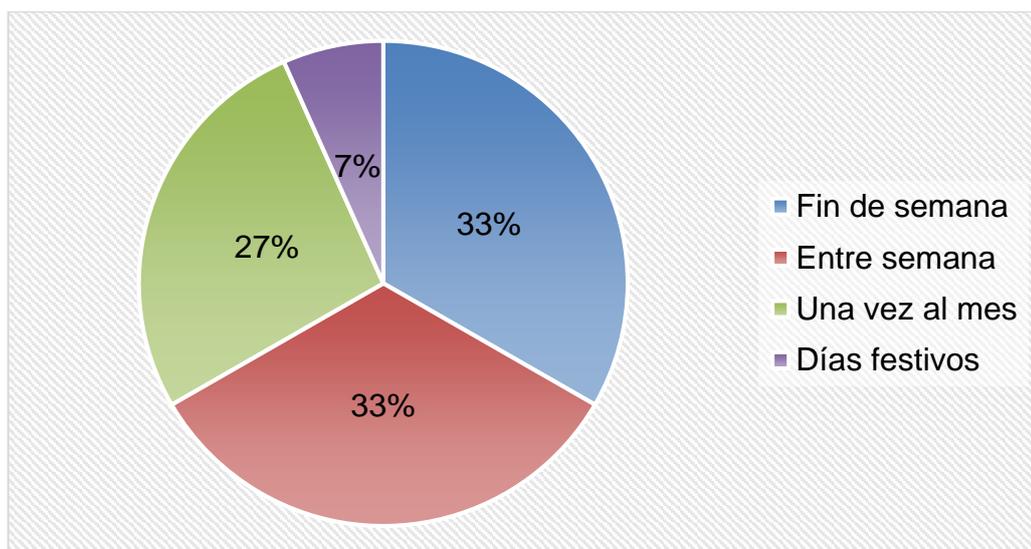
¿Con que periodicidad presencia usted la Iglesia San Lorenzo?

Tabla 15. Periodicidad de la presencia de los clientes

Fin de semana	10	33%
Entre semana	10	33%
Una vez al mes	8	27%
Días festivos	2	7%
Total	30	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 13 Periodicidad de la presencia de los clientes



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia con que periodicidad presencia usted la Iglesia San Lorenzo, tenemos un 33% de encuestados que dicen que visitan la iglesia cada fin de semana y entre semanas, y un 27% que asisten una vez al mes y un 7% que asisten en los días festivos.

Interpretación: existe un mayor porcentaje de encuestados que dicen que asisten a la iglesia cada fin de semana y entre semana.

¿Cuál es el grado de satisfacción al ser atendido por el personal de secretaría?

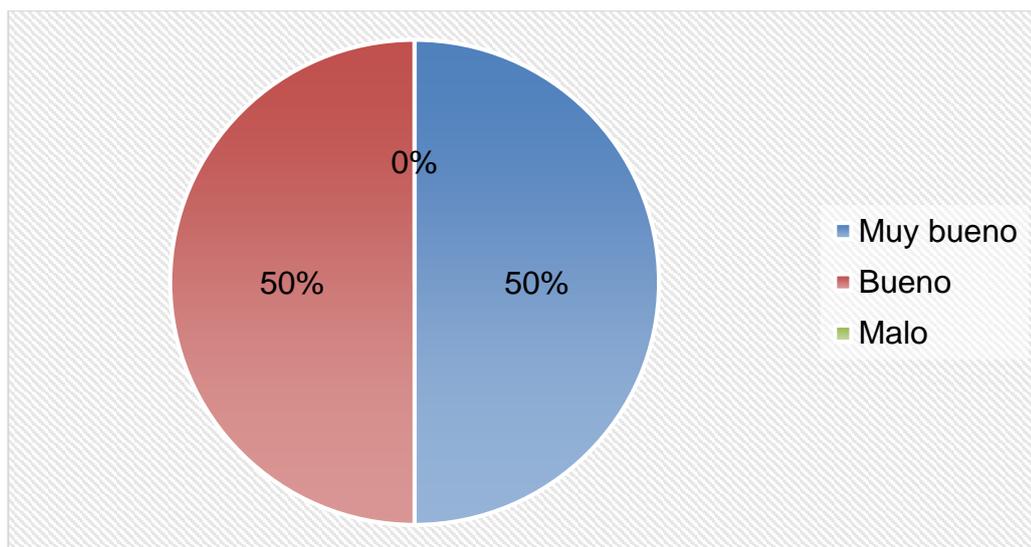
Tabla 16. Grado de satisfacción por la atención que brinda el personal de secretaria

Muy bueno	15	50%
-----------	----	-----

Bueno	15	50%
Malo	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 14 Grado de satisfacción por la atención que brinda el personal de secretaria



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia al grado de satisfacción al ser entendido por el personal de secretaría, tenemos un 50% de encuestados que dicen que el grado de satisfacción al ser atendido por el personal de secretaría es muy bueno y otro 50% que dice que es bueno.

Interpretación: existe un parejo porcentaje en cuanto al grado de satisfacción al ser entendido por el personal de secretaría.

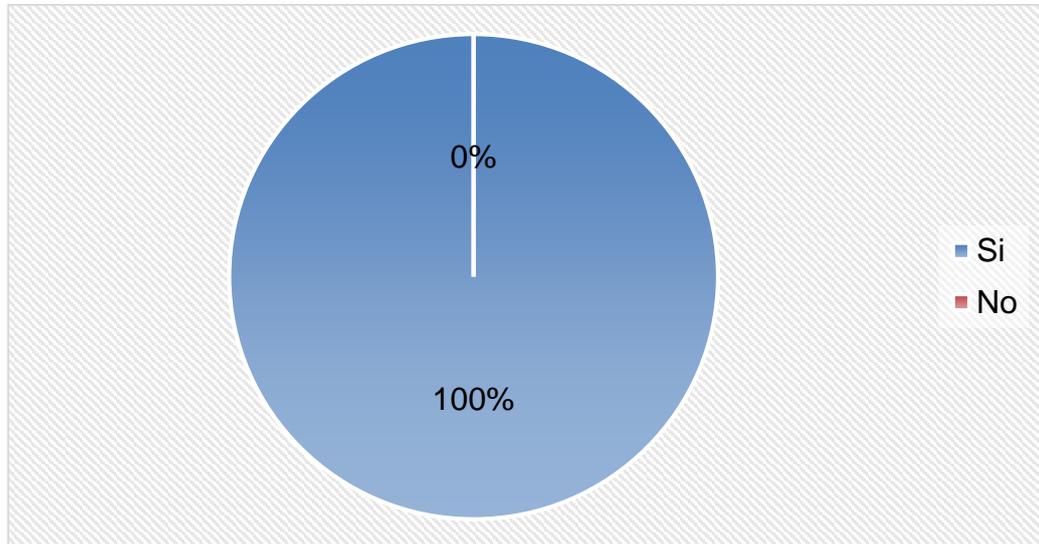
¿El Padre de la Iglesia acoge sus necesidades y peticiones?

Tabla 17. Necesidades y peticiones

Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 15 Necesidades y peticiones



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia a si el Padre de la iglesia acoge sus necesidades y peticiones, tenemos un 50% de encuestados que dicen que si

Interpretación: todo el personal encuestado dice que el Padre si acoge sus necesidades y peticiones.

¿Qué información desea incluir a través de los anuncios dominicales, cartas, emails y el sitio web?

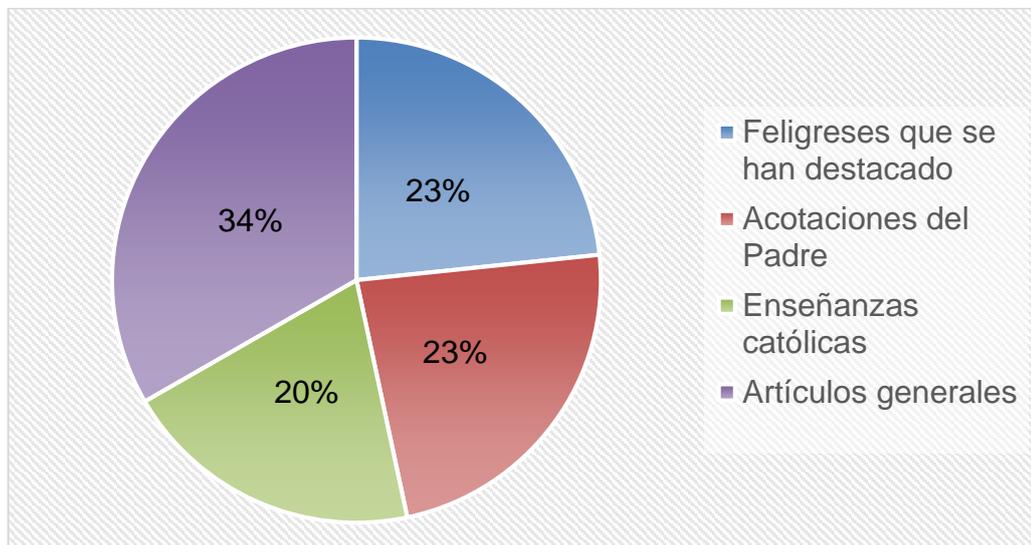
Tabla 18. Medios de información

Feligreses que se han destacado	7	23%
Acotaciones del Padre	7	23%
Enseñanzas católicas	6	20%
Artículos generales	10	34%

Total	30	100%
-------	----	------

Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Gráfico 16 Medios de información



Elaborado por Marly Cirila Santana Cerezo

Análisis: en referencia a que información desea incluir a través de los anuncios dominicales, cartas, emails y el sitio web, tenemos un 34% de encuestados que dicen que desearían que se incluyan artículos generales, un 23% de encuestados que dicen que desean que se incluyan, a los feligreses que se han destacado y acotaciones del Padre y un 20% de enseñanzas católicas.

Interpretación: existe un mayor porcentaje del personal contratado que desea que se incluyan los artículos generales.

ENTREVISTA PARA EL PADRE

En secuencia presentamos las deducciones obtenidas en la entrevista realizada al Padre.

1. ¿Podría usted describirme la misión y visión de la iglesia?

Seguir los pasos de Jesucristo, ser misioneros, evangelizar a los más pobres espiritualmente, anunciar el evangelio a tiempo y fuera de tiempo.

2. ¿Dialoga sobre la misión y visión de la Iglesia con el personal contratado?

Sí, ya que eso los motiva a trabajar por Dios y las personas que necesitan de él.

3. ¿Piensa que la iglesia está consolidada y firme?

Sí, es la iglesia en donde los feligreses y la comunidad asisten con más frecuencia y tiene muchos años en la comunidad por lo tanto si pienso que este consolidada y firme.

4. ¿La iglesia disfruta de una misericordiosa reciprocidad con la comunidad?

Si, ya que atendemos y acogemos sus necesidades para satisfacerlas y así ellos no se sientan solos y sientan que tienen apoyo espiritual.

5. ¿Qué haría usted para que los feligreses se comprometan con la misión y visión de la iglesia?

Integrarlos e incentivarlos a participar en todos los eventos que organice la Iglesia, darles a conocer que ellos son muy importantes para el crecimiento de la misma.

Después de haber entrevistado al Padre y comprender la misión y visión de la Iglesia San Lorenzo, las cuales influyen en la satisfacción del feligrés, presentamos las conclusiones y las propuestas:

Conclusiones

- ✓ La Iglesia San Lorenzo tiene como misión y visión, seguir los pasos de Jesucristo, ser misioneros, evangelizar a los más pobres espiritualmente, anunciar el evangelio a tiempo y fuera de tiempo.

- ✓ La Iglesia San Lorenzo es en donde los feligreses y la comunidad, asisten con más frecuencia y es la iglesia que tiene muchos años en la comunidad por lo tanto está firme y consolidada.
- ✓ La iglesia es misericordiosa y reciproca con la comunidad, ya que atiende y acoge sus necesidades para satisfacerlas y así ellos no se sientan solos y sientan que tienen apoyo espiritual.

Propuestas:

Para este trabajo de investigación se tomó el método experimental ya que este método estudia los factores causales que producen o afectan la ocurrencia de un fenómeno.

Propuesta #1: Presentar la misión y la visión a toda la iglesia cada domingo.

Propuesta #2: Crear grupos de trabajo en la Iglesia, para que tengan más participación y estén enterados de todo lo que acontece y acontecerá en la iglesia.

Propuesta #3: Para que los feligreses se comprometan con la misión y visión de la iglesia, es necesario integrarlos e incentivarlos a participar en todos los eventos que organice la Iglesia, también darles a conocer que ellos son muy importantes para el crecimiento de la misma, ya que eso los motiva a trabajar por Dios y las personas que necesitan de él.

PROPUESTA DEL PLAN DE MEJORA

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Costo?
Brindar comunicación habitual y positiva	Para que la comunidad esté enterada de todo lo relacionado con la iglesia	En anuncios dominicales, cartas, emails y en el sitio web.	2 veces por semana	El personal contratado	En la Iglesia San Lorenzo	
Darle importancia a los feligreses	Ellos necesitan sentirse apreciados e importantes	Asesoramiento.	En todas las misas	El Padre y los que tienen parte en la misa	En la Iglesia San Lorenzo	
Crear mejores lazos de comunicación entre el personal contratado y la comunidad	Los feligreses encuestados afirman que no siempre existe una buena comunicación entre el personal contratado y la comunidad.	Acoger su afirmación, ¿Cómo se hará? Capacitaciones al personal contratado	En todo el año 3 veces al año	El Padre y un capacitador profesional.	En la Iglesia San Lorenzo	\$240
Satisfacer de la mejor manera a los clientes	Para que los feligreses puedan ser tratados de la mejor manera y brindar un mejor servicio.	Capacitaciones	En todo el año 2 veces al año.	Capacitador profesional.	En la Iglesia San Lorenzo	\$160
Mejorar el trabajo en equipo y a su vez el trato a la comunidad.		Integraciones.	Cada vez que se termine la misa.	Todos los que integran la Asociación	En la Iglesia San Lorenzo	
Premiar al asistente que se destaca.	Porque la mayoría de colaboradores encuestados afirman que la Asociación no emplea estímulos, ni incentivos.	Publicando al feligrés que más se ha destacado.	Cada mes.	Participan todos los que integran la Iglesia.	En la Iglesia San Lorenzo	
TOTAL						\$400

Fuente. Elaborado por la autora

Conclusiones

- ✓ La mayoría del personal contratado dice que la atención que ofrece la iglesia es baja.
- ✓ existe un mayor porcentaje del personal contratado que dice que se sienten satisfechos de pertenecer a la iglesia.
- ✓ la iglesia si brinda comunicación habitual y positiva.
- ✓ existe un mayor porcentaje del personal contratado que dice que casi siempre se es caritativo y respetuoso en la interrelación con los demás
- ✓ la iglesia si impulsa un sentido de oportunidad y un clima de hospitalidad.
- ✓ las capacitaciones servirán para mejorar la atención al cliente.
- ✓ existe un mayor porcentaje de los usuarios o clientes de la iglesia que dice que el trato que reciben del 1 al 5 es del 3 a 4.
- ✓ La mayoría de encuestados desean que los trabajadores contratados de la Iglesia San Lorenzo sean más generosos y que tengan más participación junto con la comunidad.
- ✓ existe un mayor porcentaje de encuestados que dicen que asisten a la iglesia cada fin de semana y entre semana.
- ✓ todo el personal encuestado dice que el Padre si acoge sus necesidades y peticiones.
- ✓ existe un mayor porcentaje del personal contratado que desea que se incluyan los artículos generales.

Recomendaciones

- ✓ Apoyar al Padre.
- ✓ Dar a conocer la misión y la visión a toda la iglesia.
- ✓ Implementar mejoras en la comunicación que se le brinda a los asistentes de la Iglesia.
- ✓ Mejorar el trato y el servicio que se brinda a los feligreses y la comunidad.
- ✓ Capacitar al personal contratado para que puedan satisfacer las necesidades de cada uno de los feligreses.
- ✓ Capacitar al personal contratado, dos o tres veces al año dependiendo de la necesidad que tenga la iglesia.
- ✓ Realizar integraciones con los asistentes después de la misa.
- ✓ Promover la asistencia de los feligreses a las misas.
- ✓ Incentivar y felicitar a los feligreses que se destacan.
- ✓ Comunicar las actividades por medio de los sitios web, anuncios y cartas.

Bibliografía

¿Qué es un plan de mejora? (s.f.). Recuperado el 04 de Junio de 2018, de www.educacion.navarra.es:

https://www.educacion.navarra.es/documents/57308/57761/Que%20es_un_plan_de_mejora.pdf/c300e8bc-1606-40c0-8a20-22ce1895bc04

Acosta Gómez, F. (2012). Relaciones laborales justas en la Iglesia Católica. Recuperado el 04 de Junio de 2018, de www.funlam.edu.co:
http://www.funlam.edu.co/uploads/fondoeditorial/87_Relaciones-laborales-justas-iglesia-catolica.pdf

Amaru, A. (2009). Fundamentos de Administración-Teoría General y Proceso Administrativo. Mexico: Pearson. Recuperado el 24 de Mayo de 2018

Arias, F. G. (2006). El Proyecto de Investigación. Caracas-Venezuela: Editorial Episteme. Recuperado el 29 de Mayo de 2018, de <https://es.slideshare.net/vcorreabalza/fidias-g-arias-el-proyecto-de-investigacin-5ta-edicin-edicin-edicin>

Broemmel, M. (16 de Marzo de 2017). ¿Qué es un empleado contratado? Recuperado el 04 de Junio de 2018, de www.ehowenespanol.com:
http://www.ehowenespanol.com/empleado-contratado-sobre_92051/

Cajal, A. (s.f.). Investigación de Campo: Características, Tipos, Técnicas y Etapas. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de [lifeder.com](http://www.lifeder.com):
<https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/>

Calderon , L. (13 de Febrero de 2014). El diseño metodológico. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de es.slideshare.net:
https://es.slideshare.net/mares_lili/diseo-metodologico-31197079

- Canaan, R. (s.f.). Los 9 Tipos de Métodos de Investigación Más Habituales. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
- Carmen Luisa, B. (4 de Abril de 2011). Diseño metodológico. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de es.slideshare.net: <https://es.slideshare.net/calube55/diseo-metodologico>
- Chiavenato, I. (2001). Administración - teoría, proceso y práctica. Bogotá: McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A. Recuperado el 24 de Mayo de 2018
- CHIAVENATO, I. (2009). Comportamiento Organizacional. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V. Recuperado el 24 de Mayo de 2018
- Dr. Espinoza Salvadó, I. (2016). Tipos de muestreo. Recuperado el 05 de Junio de 2018, de [www.bvs.hn/Honduras:](http://www.bvs.hn/Honduras/Embarazo/Tipos.de.Muestreo.Marzo.2016.pdf) <http://www.bvs.hn/Honduras/Embarazo/Tipos.de.Muestreo.Marzo.2016.pdf>
- García Peña , J. (2009). Diseño metodológico. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de [virtual.funlam.edu.co:](http://virtual.funlam.edu.co/repositorio/sites/default/files/DisenoMetodologico.pdf) <http://virtual.funlam.edu.co/repositorio/sites/default/files/DisenoMetodologico.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill. Recuperado el 29 de Mayo de 2018, de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Lic. Vivas Márquez, G. (2010). Satisfacción De Los Clientes. Recuperado el 24 de Mayo de 2018, de [mba.americaeconomia.com:](http://mba.americaeconomia.com)

https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/clase1_clientes.pdf

Ochoa, C. (29 de Mayo de 2015). Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia. Recuperado el 05 de Junio de 2018, de www.netquest.com:

<https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>

Pérez Torres, V. (2006). Calidad total en la atención al cliente. Ideaspropias Editorial. Recuperado el 04 de Junio de 2018, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xXdBBinORegC&oi=fnd&pg=PT9&dq=buena+atencion+al+cliente&ots=TrKZvNBVI6&sig=p5EjRE3CGnCYB7hQ5wRxF8rLMII#v=onepage&q=buena%20atencion%20al%20cliente&f=false>

Pinillos Seminario, A. (29 de Junio de 2012). Diseño metodológico. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de es.slideshare.net: <https://es.slideshare.net/apinillos03/diseo-metodolgico-13495208>

Ramirez Franco , A. (19 de Septiembre de 2011). Diseños metodológicos de la investigación. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de es.slideshare.net: <https://es.slideshare.net/AngeerRamirez/diseos-metodolgicos-de-la-investigacin>

Ramos Chagoya, E. (01 de Julio de 2008). Métodos y técnicas de investigación. Recuperado el 25 de Mayo de 2018, de www.gestiopolis.com: <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>

Secretario (administración). (5 de Enero de 2015). Recuperado el 24 de Mayo de 2018, de es.wikipedia.org: [https://es.wikipedia.org/wiki/Secretario_\(administraci%C3%B3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Secretario_(administraci%C3%B3n))

Serna Gómez, H., & Serna H , S. (2006). Servicio al cliente una nueva visión. Panamericana Editorial. Recuperado el 24 de Mayo de 2018

Thompson, I. (Julio de 2006). La Satisfacción del Cliente. Recuperado el 24 de Mayo de 2018, de moodle2.unid.edu.mx: http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

Universidad de Champagnat. (30 de Abril de 2002). Selección y reclutamiento de personal. Recuperado el 04 de Junio de 2018, de www.gestiopolis.com: <https://www.gestiopolis.com/seleccion-y-reclutamiento-de-personal/>

www.gobiernoparroquialsanjuan-losrios.gob.ec. (18 de Febrero de 2014). Recuperado el 25 de Enero de 2018, de http://www.gobiernoparroquialsanjuan-losrios.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=189&Itemid=252

Zayas Agüero, P. (Octubre de 2010). BREVE ESBOZO HISTÓRICO DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL. Recuperado el 04 de Junio de 2018, de www.eumed.net: <http://www.eumed.net/rev/cccss/10/pmza.htm>

11. ¿Cuál es el grado de satisfacción al pertenecer a la iglesia?

Muy bueno

Bueno

Malo

12. ¿La iglesia brinda comunicación habitual y positiva con los feligreses, a través de los anuncios dominicales, cartas, emails y el sitio web?

Si

No

13. ¿El personal de secretaria de la iglesia, es caritativo y respetuoso en la interrelación con los demás?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Casi nunca

Nunca

14. ¿La iglesia impulsa un sentido de oportunidad y un clima de hospitalidad?

Si

No

15. ¿Cuántas capacitaciones al año recibe el personal de secretaria?

1

2

3

4

16. ¿Cree usted que las capacitaciones servirán para mejorar la atención al cliente?

Si

No

ENCUESTA PARA 30 FELIGRESES

Género: femenino () masculino ()

Edad: 18 a 25 años () 26 a 30 años () 31 a 35 años ()
36 a 45 años () 46 años en adelante ()

Nivel de estudios: Básico () Medio () Superior ()

9. ¿Del 1 al 5 señale cual es el trato del personal hacia los usuarios o clientes?

1

2

3

4

5

10. Calidad del servicio que brinda la secretaría de la Iglesia San Lorenzo

- Alto
- Muy alto
- Bajo
- Muy bajo

11. ¿La iglesia brinda acostumbrados encuentros de generosidad posteriormente de la misa y los programas sociales anuales?

- Muy frecuente
- Frecuentemente
- Rara vez
- Nunca

12. Señale que desearía ver con frecuencia por parte de la parroquia.

- Impulsar más la colaboración parroquial
- Ser más generosos
- Tener más participación junto con la comunidad
- Trabajos benéficos para las familias

13. ¿Con que periodicidad presencia usted la Iglesia San Lorenzo?

- Fin de semana
- Entre semana

Una vez al mes

Días festivos

14. ¿Cuál es el grado de satisfacción al ser atendido por el personal de secretaría?

Muy bueno

Bueno

Malo

15. ¿El Padre de la Iglesia acoge sus necesidades y peticiones?

Si

No

16. ¿Qué información desea incluir a través de los anuncios dominicales, cartas, emails y el sitio web?

Feligreses que se han destacado

Acotaciones del Padre

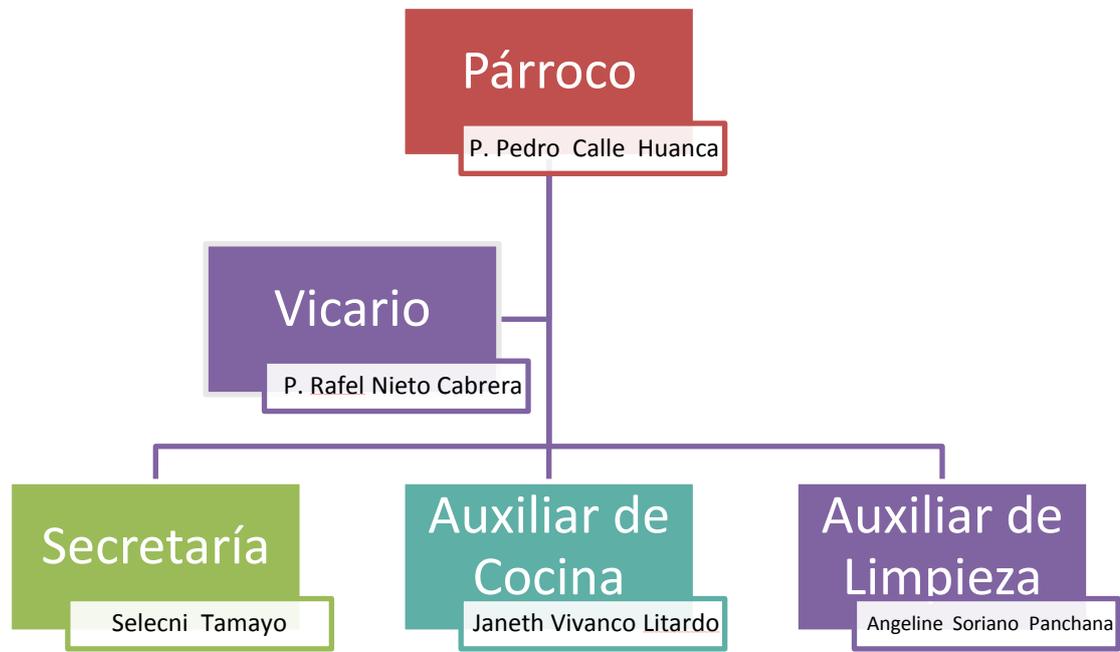
Enseñanzas católicas

Artículos generales

ENTREVISTA PARA EL PADRE

- 1. ¿Podría usted describirme la misión y visión de la iglesia?**
- 2. ¿Dialoga sobre la misión y visión de la Iglesia con el personal contratado?**
- 3. ¿Piensa que la iglesia está consolidada y firme?**
- 4. ¿La iglesia disfruta de una misericordiosa reciprocidad con la comunidad?**
- 5. ¿Qué haría usted para que los feligreses se comprometan con la misión y visión de la iglesia?**

Organigrama de la Empresa



Logotipo de la Empresa

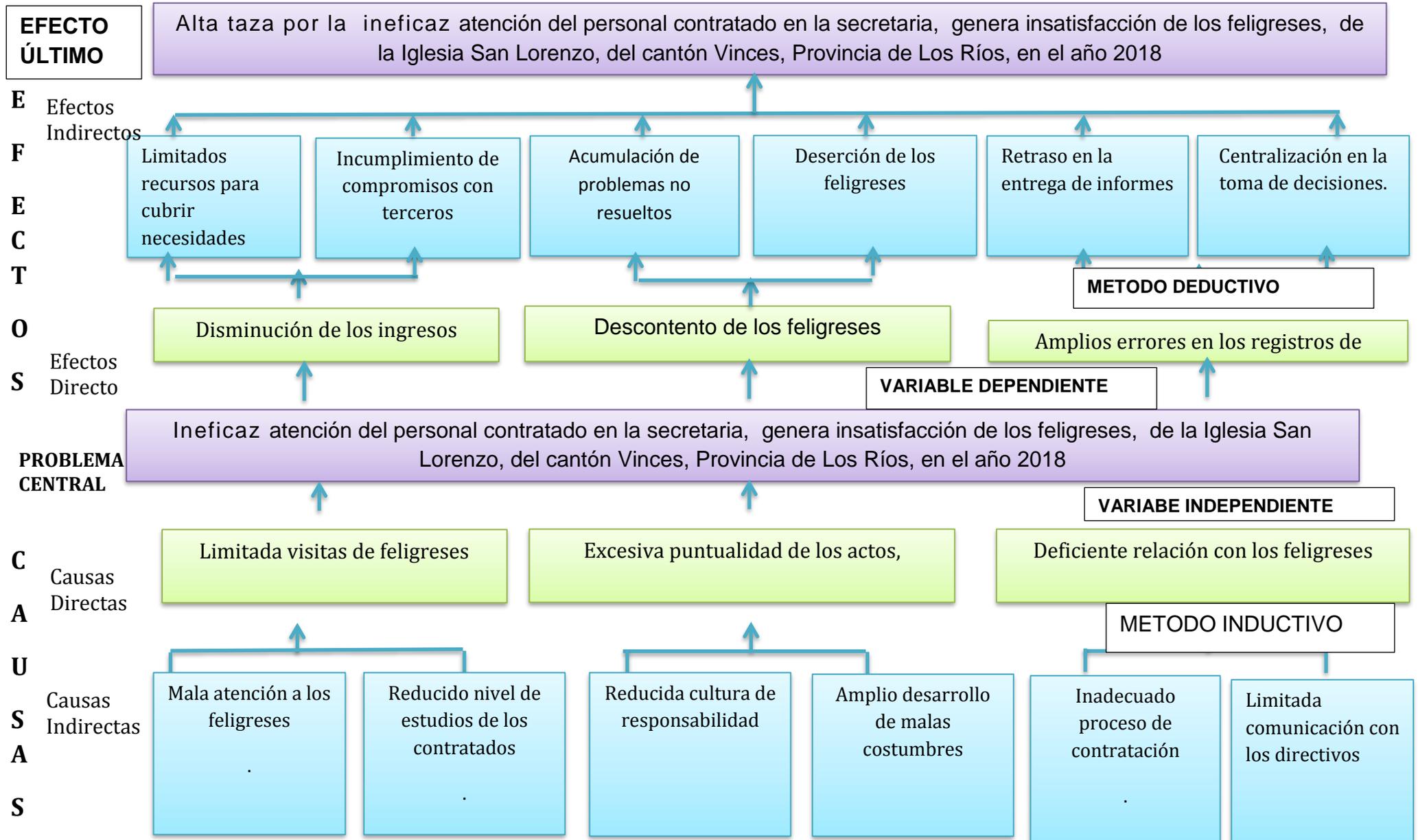


IGLESIA SAN LORENZO DE VINCES

Sucre s/n y Balzar frente al Parque Central
Teléf.: 2790019. Mail: igelsiasanlorenzo@yahoo.es
Vinces - Los Ríos

Anexo 1

ÁRBOL DE PROBLEMAS (-)



ÁRBOL DE OBJETIVOS (+)

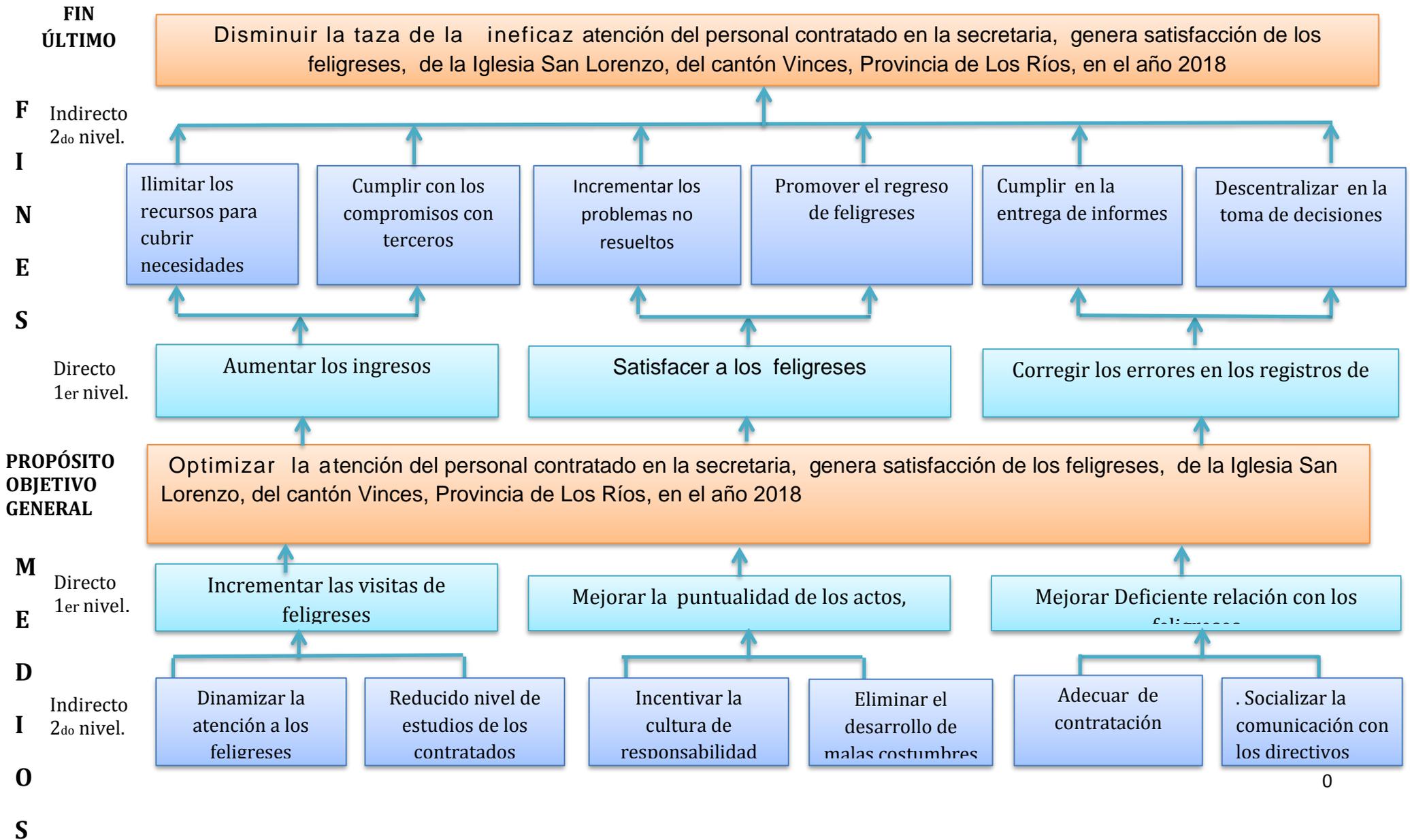




Foto n°1: Con El P. Pedro Calle Huanca, Párroco de la Iglesia San Lorenzo de Vinces, esta fotografía fue tomada el día miércoles, 14 de febrero en la secretaría de la parroquia.



Foto n°2: Con El P. Rafael Nieto Cabrera, Vicario de la Iglesia San Lorenzo de Vinces, esta fotografía fue tomada el día miércoles, 14 de febrero en la secretaría de la parroquia.



Foto N° 3 Iglesia San Lorenzo de Vincés



Foto N°4: a lado de la iglesia queda la secretaría

Fotos N°5: Encuesta a los Feligreses de la Iglesia San Lorenzo de Vines.



