



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

ABRIL – SEPTIEMBRE 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

**SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN LA CLINICA DE GASTROENTEROLOGIA (CTG)
DE LA CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2021**

EGRESADA:

CEPEDA SALTOS OMayri Yuleidy

TUTOR:

ING. FRANKLIN RAFAEL MORALES REYNA MAE.

AÑO 2022

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
DESARROLLO	4
CONCLUSIONES	14
BIBLIOGRAFÍA	15
ANEXOS	17
Anexo 1. Encuesta a los clientes de la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo	17
Anexo 2. Carta de Autorización	21
Anexo 3. Informe de Antiplagio	22

INTRODUCCIÓN

La satisfacción al cliente es un tema que se ha abordado desde un sinnúmero de percepciones, desde la evolución de la administración que trajo consigo que se pasara de las maquinas como factor de producción primordial al cliente como elemento fundamental para que cualquier organización en el mundo pueda sobrevivir, en un mercado cada vez más exigente, especialmente por la evolución de la tecnología e información que ha permitido esta interconectados en todo momento.

La presente investigación se realizó con una metodología cuantitativa que permitirá observar lo que sucede en la Clínica de Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo periodo 2021, basados en teorías de referencia específicas. Se pretende contestar preguntas de investigación como: ¿Cuál es la percepción del cliente sobre los servicios y productos que ofrece la empresa CTG? ¿Cómo afecta la satisfacción del cliente en las ventas de la empresa CTG? Se aplicó el tipo de investigación descriptiva para poder obtener la información necesaria, los métodos utilizados fueron el deductivo y el documental, el primero que permite ir de lo general a lo específico de la información y el segundo que nos permite obtener información de libros, revistas, páginas web, etc.

La técnica que se utilizo es la encuesta con la cual se obtuvo la información precisa que permite llegar a las conclusiones del caso, para tal efecto se elaboró un cuestionario estructurado que se aplicó a 63 personas de manera aleatoria de una población que es cliente de la Clínica de Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo. La línea de investigación que se utilizo es Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y de control y la sublínea es Marketing y Comercialización que pertenece a la carrera de comercio.

DESARROLLO

La Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo se encuentra ubicada en las calles 10 de agosto entre Ricaurte y 9 de noviembre, atiende problemas de fracturas, lesiones deportivas, artrosis, tratamiento de hernia discal, deformidades de adultos y niños, terapias de dolor, lesiones de rodillas y hombros, endoscopia, colonoscopia, polipectomía, ligaduras de varices, extracción de cuerpo extraño, dilataciones, balón gástrico (Baja de peso), argón plasma para cauterización de úlceras y tumores.

En un mercado cada vez más competitivo, la satisfacción del cliente es un elemento diferenciador que puede ser decisivo para el éxito del negocio. No es casual que cada vez más empresas estén considerando la opinión de sus clientes como un indicador clave de desempeño, para comprender el futuro comportamiento de compra de los consumidores y proyectar su estrategia de negocio (ConavalSi, 2019)

La Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo presenta problemas de ventas desde hace algunos meses por lo cual sus administradores están muy preocupados y tratando de realizar algunas estrategias para poder revertir la situación actual, por lo que la presente investigación permitirá ofrecer información de utilidad para la empresa que le permita cambiar la situación que se está atravesando, y mejorar la relación con su público objetivo en la ciudad de Babahoyo.

Con venta nos referimos aquí a todo el proceso de venta de un producto o un servicio que comienza con la identificación de los posibles grupos objetivo, engloba la toma de contacto y adquisición de los interesados y pasa por la venta en sí misma hasta la entrega del producto al cliente. En los últimos años, se suele incluir también el posterior asesoramiento, del que pueden obtenerse también nuevas ventas. (Lewerken, 2021, pág. 3)

También en relación a las ventas y como se deben de llevar en las empresas (Docusing, 2022) afirma lo siguiente:

El proceso de ventas consiste en el conjunto de fases o etapas que atraviesa una compañía desde el trabajo de marketing, es decir, desde la prospección del cliente, hasta que se efectúa la venta del producto o servicio. Cada empresa sigue su propio proceso en función del rubro en el cual se encuentra compitiendo, pero el fin último siempre es optimizar la gestión para lograr mayores beneficios económicos. Si quieres garantizar una buena gestión en la comercialización de tus productos, bienes o servicios, deberás estimar el éxito de tu estrategia de ventas actual e integrar nuevas soluciones para automatizar tus procesos y volverlos más eficaces. (pág. 4)

Uno de los problemas que se presentan en la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) son los tiempos que las personas tienen que esperar para poder ser atendidos por uno de los especialistas de la empresa (Hammond, 2021, pág. 2) afirman que “la satisfacción del cliente es la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto de una marca en específico”. Por lo tanto, los tiempos de espera deben ser lo mínimo posible para que el cliente no se moleste y busque nuevas alternativas.

En general, el término "satisfacción del cliente" describe la manera en la que los clientes perciben los servicios o productos de una empresa. En otras palabras, se podría decir que es la percepción subjetiva de un producto o marca. La satisfacción del cliente es uno de los factores más importantes para el éxito de una empresa. Por lo tanto, para las marcas es necesario medir la satisfacción de los clientes de manera periódica, ya que conocer las expectativas de su grupo objetivo y abordarlas es esencial para satisfacer al

cliente y conservarlo a largo plazo. Sin lugar a dudas, satisfacer al cliente es un requisito clave para el desarrollo de la fidelidad de marca. (Appino, 2019, pág. 5)

Sobre la satisfacción al cliente en las empresas existen muchos autores que presentan definiciones y conceptos entre ellos (Santos, 2022) afirma lo siguiente:

Muchas empresas cometen el error de pensar que conquistar a nuevos clientes es mejor que mantener y fidelizar a aquellos que ya lo son. Estamos en una época en la que las relaciones son cruciales para cualquier negocio y el gran pilar es la comunicación. O sea, que la calidad del producto o servicio no es suficiente para conquistar al cliente. Este quiere una experiencia completa, que vaya desde la entrega de información precompra hasta la relación posventa. Si te olvidas del cliente, este también se olvidará de tu negocio. Entonces, entramos en el ciclo vicioso de la eterna lucha por la adquisición de nuevos clientes. Aunque puedes estar seguro de que cuesta mucho más adquirir uno nuevo que mantener a aquellos que ya lo son. (pág. 3)

Otro problema que se puede visualizar en la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) es que no se realiza la medición de las necesidades específicas de los clientes, esto no permite que se pueda conocer lo que realmente el cliente desea que se ofrezca en la empresa, no se tiene por ningún lado algo que pueda denotar las intenciones de tener este tipo de estrategias por parte de los administradores lo que hace que se trabaje solo con los servicios que se planifican al interior de la clínica.

Existen numerosas formas de recopilar la información necesaria acerca de las percepciones del cliente sobre los servicios y/o productos que la organización oferta. Hay empresas que realizan una serie de preguntas inmediatamente después de haber

proporcionado el producto y/o servicio. Otras, prefieren mantener a sus clientes informados a través del correo electrónico, para comunicarles las promociones, productos nuevos, etc., así como encuestas periódicas para conocer el grado de satisfacción. En algunos casos, las organizaciones ofrecen una gratificación por las molestias como, por ejemplo, un bono descuento o puntos para consumir en su tienda online. Asimismo, en ocasiones especiales, como cumpleaños, se les regala un pequeño obsequio. (Isotools, 2019, pág. 3)

Como se puede observar el no poner atención a las necesidades de los clientes es un error que se comete muy menudo por las empresas que no tienen un departamento de mercadotecnia para fidelizar a sus clientes tal como lo indica (comparasoftware, 2021):

Si las expectativas del cliente no son satisfechas, con certeza, no volverá. Peor aún, recuperar la atención y hasta la confianza de ese comprador defraudado será casi imposible. Cuando las expectativas del cliente son superadas, lo más probable es que ese individuo se convierta simplemente en un comprador. Tal vez vuelva, tal vez no. ¿Qué puedes hacer para entender a tus clientes? Asegúrate de prestar atención a sus planteos y llega al fondo del problema. Si es necesario, ofrece una disculpa y trata de asegurarles que les brindarás la mejor solución posible. (pág. 1)

Así mismo se pudo determinar por medio de las encuestas a los clientes que ellos perciben que los empleados no tienen de empatía hacia ellos al momento de ser atendidos y que esto provoca que se sienta insatisfacción en cada atención que se reciba, la empatía debe ser un punto importante en la clínica debido a que las personas que concurren a ser atendidas vienen con problemas que en muchas ocasiones les causa dolor y no ser entendidos en su momento les afecta aún más los problemas con los que vienen.

La empatía es la intención de comprender el estado emocional del otro, es la experiencia de entender la condición de la otra persona desde su perspectiva, lo cual implica ponerse en su piel, sentir de verdad lo que el otro está experimentando, sobre todo, cuando está pasando por un mal momento. No hay que estar de acuerdo con el otro en su forma de interpretar lo que le pudo haber pasado, simplemente se trata de entender a las otras personas. Es una participación afectiva en la realidad del otro, en donde hacemos, por un momento, su mundo emocional nuestro. (Sanarai, 2022, pág. 4)

También sobre el tema de empatía en las empresas sean estas de cualquier tipo, tamaño, lugar (Lema, 2021) afirma que:

La empatía es, básicamente, la habilidad que tienen los seres humanos de ponerse en «la piel del otro» y ver las situaciones desde la perspectiva de otras personas. Para las marcas y las empresas, el marketing de empatía podría definirse como «ver las cosas desde el punto de vista del usuario. Este tipo de marketing permite crear contenidos y realizar campañas centrándose en el usuario, en sus necesidades y en lo que esperan. En este sentido, la empatía debe ser genuina y no se puede forzar para manipular a los usuarios, es decir que se basa en generar confianza de forma orgánica, para ello se debe crear contenido que recorra todas las etapas del viaje del comprador. (pág. 2)

Las empresas fracasan en muchas ocasiones por consecuencia de que los empleados no saben cómo tratar a los clientes en general, esto dificulta el desarrollo de la empresa y no permite que se pueda tener nuevos clientes recomendados por los actuales que es muy importante y representa una estrategia de marketing muy utilizada y que no acarrea costos para la institución que en cualquier circunstancia sale beneficiada sobre este aspecto (Pozo, 2021) afirma lo siguiente:

Promocionar tu negocio es cada vez más costoso. Crear estrategias de marketing para la adquisición de clientes que no acaben reduciendo los márgenes puede ser un desafío. Es importante que tengas en cuenta que adquirir un nuevo cliente te puede costar 5 veces más recursos que retener a tus clientes actuales. Pero tus clientes actuales pueden recomendar tu marca y así reducir los costes de adquisición de nuevos clientes. Se trata de ser creativo. Propón una estrategia donde tanto tú como tus clientes se beneficien con la recomendación. No subestimes el poder del marketing de recomendación. De hecho, las investigaciones muestran que el 83% de los consumidores dicen que confían y normalmente solicitan recomendaciones de familiares y amigos. (pág. 5)

Otro de los inconvenientes que se pudo constatar en las encuesta a los clientes es que les resulta muy tedioso al momento de acercarse a solicitar atención se los derive a otra sección como paso previo para ser recibidos por el médico tratante, el cliente desea casi de inmediato que se lo pase a la sección donde recibirá los cuidados médicos y no estar transitando por sección y sección o solicitando información de que se debe de hacer para ser atendido inmediatamente por el responsable de la clínica.

La satisfacción del cliente impacta directamente en la retención de clientes, lo que afecta directamente los ingresos. Cuanto más satisfechos estén tus clientes, es más probable que sigan siendo leales a tu empresa. Esto significa comprarte repetidamente, confiar en que tus productos les aportarán valor y actuar como embajadores de la marca que desean compartir sus experiencias positivas con tu empresa con sus amigos y familiares. (Blog Neothek, 2020, pág. 4).

Como se puede observar tratar de ser lo más directo al momento de recibir a un cliente viene de la mano con la empatía que se trató anteriormente por tanto si no se posee ninguno de estos elementos será muy difícil conseguir la satisfacción del cliente y por lo tanto el aumento de la utilización de los servicios de la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo, tal como lo indica (Chavez, 2021, pág. 6) “ocasionar una buena experiencia hacia los clientes mediante el ofrecimiento de productos o servicios que cumplan con las expectativas de estos, es una meta que muchas organizaciones persiguen con anhelo”.

Aquí entra en juego otra palabra fundamental cuando se trata de entender qué es la satisfacción del cliente: expectativas. De hecho, cuando los consumidores compran productos en tu tienda lo hacen teniendo en cuenta una serie de expectativas que esperan satisfacer. Si las expectativas se alcanzan, tus clientes se sentirán realmente satisfechos. Por esta razón, una de las primeras cosas que tienes que hacer para tener una buena idea sobre el nivel de satisfacción del cliente que esperas conseguir consiste en entender cuáles son las expectativas que estos tienen cuando llegan a tu tienda. (Quintana, 2022, pág. 3)

Así también sobre este mismo aspecto (Efiempresa, 2021) sobre la satisfacción del cliente afirma lo siguiente:

Lo que se pretende al medir la satisfacción del cliente es valorar objetivamente la percepción de éstos sobre el conjunto de productos y/o servicios, y utilizar posteriormente esta información para mejorar el rendimiento en aquellas áreas que contribuyen más a aumentarla. Los clientes valoran el servicio en su globalidad, incluida la atención que ellos reciben. Uno de los resultados más importantes de prestar servicios de buena calidad es un cliente satisfecho, lo cual influye en su comportamiento futuro, convirtiendo la fidelidad del cliente en una meta muy valiosa para todo programa que quiera implementar la empresa.

La satisfacción depende no sólo de la calidad de los servicios que se ofrecen sino también de las expectativas del cliente. que estará satisfecho cuando los servicios cubran sus expectativas. (pág. 4)

Algo que se puede resaltar de la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo es que los clientes manifiestan que a pesar de existir problemas en la atención y otras cosas más, casi siempre encuentran solución a los problemas con los cuales ellos llegan a ser atendidos y por esta razón vuelven a la institución cuando tienen otro problema que puede ser atendido ahí. Esto es muy importante y factor muy primordial para que por lo menos se encuentre balance a las cosas que se deben de mejorar.

La solución de problemas y la toma de decisiones es una de las tareas más importantes dentro de nuestra vida y por ende de nuestra empresa. La organización, el funcionamiento y la gestión de las empresas van a depender de la capacidad de solucionar problemas, de la capacidad de decisión y de la calidad de las decisiones tomadas. La toma de decisiones resulta ser, así, una tarea difícil, en la que puede constatarse con más claridad la inseguridad y debilidad de la persona o de los directivos en una empresa. (González, 2021, pág. 5)

Así también sobre este mismo tema de la solución de problemas (Impulsa, 2020) afirma sobre la solución de problemas en las empresas:

La solución de problemas es uno de los puntos que resaltan en los trabajos de todo líder organizacional. La aparición de problemas en el entorno empresarial es inevitable, por lo que la meta a trazar es el minimizar la emergencia de los mismos, llevándote a la previsión, pero también a tomar el coraje para enfrentarlos antes de que lo dicten las circunstancias. No es un proceso sencillo, ya que, con frecuencia, por la cantidad de responsabilidades que

son parte del día a día, se toman atajos para aliviar los puntos de tensión, sin resolver realmente el núcleo de cada problema. En lugar de temer el afrontarlo o sentirte incómodo ante el desconocimiento de una solución inmediata, debes de orientarte hacia la acción rápida resaltando que las respuestas no siempre son inmediatas y es un proceso llegar a la solución pertinente. (pág. 7)

Otro punto importante que favorece a la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo es que se realice el monitoreo del historial clínico de los clientes para poder de esta manera estar al tanto de lo que puede suceder y darle rápida solución en caso de que recaiga o sufra alguna alteración no deseada por cualquier circunstancia ajena a los servicios de la clínica es decir problemas que se puedan ocasionar por las actividades diarias que realizan los clientes de la institución que no están previsto en su recuperación.

Monitoreo es el proceso sistemático de recolectar, analizar y utilizar información para hacer seguimiento al progreso de un programa en post de la consecución de sus objetivos, y para guiar las decisiones de gestión. El monitoreo generalmente se dirige a los procesos en lo que respecta a cómo, cuándo y dónde tienen lugar las actividades, quién las ejecuta y a cuántas personas o entidades beneficia. El monitoreo se realiza una vez comenzado el programa y continúa durante todo el período de implementación. A veces se hace referencia al monitoreo como proceso, desempeño o evaluación formativa. (ONU, 2020, pág. 7)

También existe la misma definición sobre monitoreo de (Argentina, 2021) que afirma lo siguiente:

El monitoreo por si consiste en el análisis trimestral de la ejecución de los programas, con el objeto de conocer y analizar las actividades de cada componente en función de la

población alcanzada, las prestaciones realizadas y los montos invertidos. El proceso toma como insumo la información cuantitativa y cualitativa generada por la interacción constante del programa social con su contexto y los elementos que lo condicionan. Se diferencia de una actividad de auditoría ya que no se trata del control y fiscalización externa de los recursos ejecutados y disponibles, sino de una herramienta de evaluación interna y permanente. (pág. 3)

CONCLUSIONES

Al finalizar la investigación del presente estudio de caso en la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo se puede llegar a las siguientes conclusiones:

La percepción de las personas sobre el tiempo de espera en la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo influye de manera directa en la satisfacción de los clientes, esto está dado por menor tiempo en espera mayor grado de satisfacción y viceversa, por tanto, este es un factor muy importante a tomar en cuenta.

La solución rápida que se le dé a cualquier requerimiento de los clientes de la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo es muy importante esto posibilita no solo a esta empresa sino a cualquier empresa de indoles diferentes a mejorar su proceso de atención a los clientes para desarrollarse económicamente.

Las empresas que denotan en sus procesos de atención al cliente una humanización de cada una de las actividades que realizan logran atraer más clientes muchos de ellos recomendados por los clientes que actualmente posee la empresa, por tanto, las organizaciones deberían trabajar mucho más sobre este aspecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Appino. (6 de abril de 2019). *appinio*. Obtenido de appinio: <https://www.appinio.com/es/analisis-de-satisfaccion-del-cliente>
- Blog Neothek. (28 de septiembre de 2020). Obtenido de Blog Neothek: <https://blog.neothek.com/como-la-satisfaccion-del-cliente-afecta-la-retencion-y-los-ingresos/>
- Chavez, J. (2021). Satisfacción del cliente. *Ceupe*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/satisfaccion-del-cliente.html?dt=1663557290415>
- comparasoftware. (7 de junio de 2021). *comparasoftware*. Obtenido de comparasoftware: <https://blog.comparasoftware.com/expectativas-del-cliente/>
- ConavalSi. (25 de julio de 2019). *ConavalSi*. Obtenido de ConavalSi: <https://www.conavalsi.com/blog/ventajas-y-acciones-para-mejorar-la-satisfaccion-del-cliente>
- Efiempresa. (2021). Calidad de servicio y Satisfacción del cliente. *Efiempresa*. Obtenido de <https://efiempresa.com/blog/efimpersa-satisfaccion-del-cliente/>
- González, D. (2021). La Toma de Decisiones y la Solución de Problemas. *Grandes Pymes*. Obtenido de <https://www.grandespymes.com.ar/2014/08/02/la-toma-de-decisiones-y-la-solucion-de-problemas/>
- Hammond, M. (19 de febrero de 2021). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>
- Impulsa. (2020). Resolución de problemas: acciones que impactan el curso de la empresa. *Impulsa*. Obtenido de <https://impulsapopular.com/gerencia/gestion/resolucion-de-problemas-acciones-que-impactan-el-curso-de-la-empresa/>
- Isotools. (02 de 03 de 2019). Plataforma tecnológica para la gestión de la excelencia. *Isotools*. Obtenido de <https://www.isotools.org/soluciones/procesos/satisfaccion-de-clientes/>
- Lewerken, F. (2021). Las ventas y sus responsabilidades. *Centralstation CRM*. Obtenido de <https://centralstationcrm.es/ventas>

ONU. (2020). ¿Cuál es el monitoreo y la evaluación? *Onu Mujeres*. Obtenido de <https://www.endvawnow.org/es/articles/330-cul-es-el-monitoreo-y-la-evaluacin.html>

Pozo, J. (2021). Marketing de recomendación ¿Cómo hacer que tus clientes recomienden tu marca? *El viaje del cliente*. Obtenido de <https://elviajedelcliente.com/marketing-de-recomendacion/>

Quintana, C. (2022). Satisfacción del cliente: qué es y cómo se mide. *Oberlo*. Obtenido de <https://www.oberlo.es/blog/satisfaccion-del-cliente>

Sanarai. (2022). Qué es la empatía: definición, importancia y cómo desarrollarla. *Sanarai*. Obtenido de <https://www.sanarai.com/blog/que-es-la-empatia-definicion-importancia-y-como-desarrollarla>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta a los clientes de la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL Y COMERCIO



- 1. ¿Cuántas veces se ha hecho atender en la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo?**
 - a. 1 vez
 - b. 2 veces
 - c. 3 veces
 - d. 4 veces
 - e. Más de 4 veces

- 2. ¿Cuánto tiempo usted tiene que espera para poder ser atendido en la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo?**
 - a. Menos de 15 minutos
 - b. Entre 15 y 30 minutos
 - c. Entre 30 y 45 minutos
 - d. Entre 45 y 60 minutos
 - e. Más de 60 minutos

3. ¿Cómo se siente con la atención al cliente del personal de la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo?

- a. Totalmente Satisfecho
- b. Satisfecho
- c. Algo satisfecho
- d. Insatisfecho
- e. Totalmente Insatisfecho

4. ¿Cuándo usted va a la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo es?

- a. Atendido directamente
- b. Derivado a otra sección
- c. No obtiene información sobre qué hacer
- d. Otras Especifique_____

5. ¿La atención que usted recibe de la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo es humanizada?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

6. ¿Cuándo usted acude a la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo encuentra solución?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. A veces
- d. Casi nunca
- e. Nunca

7. ¿El servicio al cliente de la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo cumple lo acordado con el cliente?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. A veces
- d. Casi nunca
- e. Nunca

8. ¿La Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo realiza encuestas de satisfacción?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. A veces
- d. Casi nunca
- e. Nunca

9. ¿La Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo monitorea su historial y le brinda información relevante y actualizada?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. A veces
- d. Casi nunca
- e. Nunca

10. ¿Cómo califica el servicio de manera general de la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (CTG) de la ciudad de Babahoyo?

- a. Excelente
- b. Muy bueno
- c. Bueno
- d. Malo
- e. Muy malo

Anexo 2. Carta de Autorización



CLINICA DE TRAUMATOLOGIA Y GASTROENTEROLOGIA

CARTA DE AUTORIZACION

A quien corresponda:

Yo, **Dra. Monica Susana Caballero Giler** con C.I. 131137417-5 en calidad de **DOCTORA** de la Clínica de Traumatología y Gastroenterología (C.T.G), acepto el permiso respectivo de la Srta. **Omayri Yuleidy Cepeda Saitos**, con C.I. 120680635-6, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la carrera de Ingeniería Comercial para que efectúe la investigación de su estudio de caso facilitando toda la información para la realización del mismo con el tema: **SATISFACCION AL CLIENTE EN LA CLINICA DE GASTROENTEROLOGIA**

Particular que extiende para los fines pertinentes.



Dra. Monica Caballero Giler
C.I. 131137417-5

*Autografiada la
Srta. Yuleidy Cepeda*

Anexo 3. Informe de Antiplagio



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

CEPEDA SALTOS OMayRI Yuleidy

7%
Similitudes

0% Texto entre comillas
0% similitudes entre comillas

< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Cepeda Saltos Omayri Yuleidy.docx

Tamaño del documento original: 59,64 kb

Autor: Cepeda Saltos Omayri Yuleidy

Depositante: Cepeda Saltos Omayri Yuleidy

Fecha de depósito: 13/8/2022

Tipo de carga: url_submission

fecha de fin de análisis: 13/8/2022

Número de palabras: 6844

Número de caracteres: 47.238

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 1library.co Mejora y medición de la calidad de servicio al cliente para el incremento... https://1library.co/document/z3d91dmy-mejora-medicion-calidad-servicio-cliente-incremento-shipping-...	1%	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc; border: 1px solid #ccc;"></div>	Palabras idénticas : 1% (79 palabras)