



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**JUNIO- OCTUBRE 2023**

**EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**Lcd. Comercio (Rediseño)**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**El Servicio al Cliente en el Centro Médico “Carlos Luis Morales Reina” de la ciudad de Babahoyo Periodo 2022**

**EGRESADO:**

**Danny Israel Márquez García**

**TUTOR:**

**Ing. Joffre Miranda Mejía, MsC.**

**AÑO 2023**

## Índice

Resumen.....	4
1. Planteamiento del Problema.....	5
2. Justificación.....	7
3. Objetivos .....	9
4. Líneas de Investigación.....	10
5. Articulación con el trabajo de Practicas Pre-Profesionales.....	11
6. Marco Conceptual .....	12
7. Marco Metodológico .....	24
8. Resultados .....	25
9. Discusión de Resultados.....	29
10. Conclusiones .....	31
11. Recomendaciones.....	32
Referencias Bibliográficas .....	33
Anexos .....	35

### Índice de Tablas

<i>Tabla 1 Encuestas</i> .....	25
<i>Tabla 2</i> .....	25
<i>Tabla 3</i> .....	25
<i>Tabla 4</i> .....	26
<i>Tabla 5</i> .....	26
<i>Tabla 6</i> .....	26
<i>Tabla 7</i> .....	27
<i>Tabla 8</i> .....	27
<i>Tabla 9</i> .....	28

### Índice de Anexos

<i>Anexo 1 Carta de Autorización</i> .....	35
<i>Anexo 2 RUC DE LA EMPRESA</i> .....	36
<i>Anexo 3 CERTIFICADO DEL SISTEMA ANTI-PLAGIO</i> .....	37

## Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1</i> .....	38
<i>Ilustración 2</i> .....	38
<i>Ilustración 3</i> .....	39
<i>Ilustración 4</i> .....	39
<i>Ilustración 5</i> .....	39
<i>Ilustración 6</i> .....	40
<i>Ilustración 7</i> .....	40
<i>Ilustración 8</i> .....	40
<i>Ilustración 9</i> .....	41

## Resumen

El servicio al cliente en un centro médico es esencial para garantizar la satisfacción de los pacientes y el funcionamiento eficiente de la institución. En este contexto, el personal de atención al cliente desempeña un papel crucial al interactuar con los pacientes y sus familias. El servicio al cliente en un centro médico se refiere a la atención y el apoyo que se brinda a los pacientes desde el momento en que ingresan hasta que reciben atención médica y se retiran. Es esencial porque no solo afecta la experiencia del paciente, sino que también puede influir en su recuperación y fidelización. Un servicio al cliente de calidad crea un ambiente acogedor, reduce la ansiedad de los pacientes y establece una base de confianza en la atención médica.

El personal de atención al cliente debe ser amable, comprensivo y estar bien informado sobre los servicios médicos ofrecidos. Deben brindar información clara sobre citas, costos, procedimientos y seguros de salud, la comunicación efectiva es esencial para resolver las inquietudes y preguntas de los pacientes. La empatía desempeña un papel fundamental al tratar con pacientes que pueden estar ansiosos o preocupados por su salud, escuchar activamente sus preocupaciones y mostrar compasión puede hacer que se sientan valorados y atendidos. La gestión eficiente de la documentación y el flujo de pacientes también son aspectos críticos del servicio al cliente en un centro médico. Un personal capacitado, amable y compasivo, junto con una comunicación efectiva y una gestión eficiente, son los pilares de un excelente servicio al cliente en el ámbito médico. Esto contribuye a la satisfacción del paciente y al éxito general de la institución médica

**Palabras Claves:** Atención, Calidad, Clientes, Servicio, Usuarios

## **1. Planteamiento del Problema**

El centro médico Carlos Luis Morales Reina, constituida en el cantón de Babahoyo en el mes de mayo del año 2016, ubicado en el bypass y calle O, institución que brinda servicio de salud integral, educativo y de ayuda social ha sido escogido para el desarrollo de la investigación.

En la actualidad, el servicio al cliente se ha convertido en un factor crítico para el éxito y la reputación de cualquier organización, incluidos los centros médicos. El Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" de la ciudad de Babahoyo es una institución importante que brinda servicios de atención médica a la comunidad. Sin embargo, en el periodo del 2022, enfrenta varios desafíos relacionados con la calidad del servicio al cliente, que han generado preocupación tanto en los pacientes como en el personal de la institución.

Uno de los problemas más destacados es la falta de personalización y empatía en la atención a los pacientes. A menudo, los pacientes se sienten como meros números en lugar de seres humanos con necesidades y preocupaciones individuales. Esto puede deberse a la alta carga de trabajo del personal médico y administrativo, lo que resulta en consultas apresuradas y falta de tiempo para escuchar y comprender completamente las inquietudes de los pacientes.

Otro desafío significativo es la comunicación deficiente entre el personal y los pacientes. Es posible que los pacientes no reciban información clara y concisa sobre sus diagnósticos, tratamientos o instrucciones de seguimiento. La falta de comunicación adecuada puede conducir a malentendidos, ansiedad y un seguimiento inadecuado de las recomendaciones médicas, lo que afecta negativamente la recuperación de los pacientes y la confianza en la institución.

Además, en el periodo 2022, se ha observado un deterioro en los tiempos de espera para las citas médicas. Los pacientes deben esperar largos periodos antes de recibir atención, lo que

causa incomodidad y frustración. Esto puede ser resultado de una planificación deficiente de horarios, falta de personal o ineficiencias en los procesos internos del centro médico.

Otro problema que afecta al servicio al cliente es la falta de disponibilidad de servicios en línea y tecnología adecuada para facilitar la programación de citas, acceso a resultados de exámenes y comunicación con los profesionales de la salud. En un mundo cada vez más digitalizado, la ausencia de estas facilidades puede ser un factor disuasorio para los pacientes y reducir la eficiencia operativa del centro médico.

Asimismo, la capacitación y desarrollo del personal en habilidades de servicio al cliente es un aspecto crítico que requiere mejoras. La formación en comunicación efectiva, empatía, resolución de conflictos y manejo de situaciones difíciles puede ayudar a mejorar la calidad de la interacción entre el personal y los pacientes.

El servicio al cliente en el Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" de la ciudad de Babahoyo enfrenta desafíos significativos en el periodo 2022. La falta de personalización y empatía, la comunicación deficiente, los largos tiempos de espera para las citas médicas y la ausencia de servicios en línea y tecnología adecuada son algunos de los problemas clave que afectan la experiencia de los pacientes y la reputación de la institución.

Es fundamental abordar estos problemas de manera integral y proactiva para garantizar que los pacientes reciban una atención médica de calidad y se sientan satisfechos con los servicios prestados por el centro médico. La implementación de estrategias efectivas de mejora del servicio al cliente y el desarrollo continuo del personal pueden marcar una diferencia significativa en la calidad de atención y la percepción de la comunidad hacia el centro médico en el futuro.

## **2. Justificación**

El servicio al cliente es un aspecto fundamental en cualquier organización, y su importancia es aún mayor en el sector de la salud, donde la calidad de la atención puede marcar la diferencia entre la vida y la muerte de los pacientes. El Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" de la ciudad de Babahoyo ha reconocido la relevancia de brindar un servicio excepcional a sus pacientes y sus familias durante el periodo 2022, y en este sentido, se presenta una justificación de la implementación y mejora de su servicio al cliente. En primer lugar, el servicio al cliente adecuado es esencial para mantener y mejorar la satisfacción de los pacientes. Cuando los pacientes se sienten valorados, escuchados y atendidos de manera amable y eficiente, se establece una relación de confianza entre el personal médico y los usuarios del centro. Esto se traduce en una mayor adherencia al tratamiento, seguimiento de las indicaciones médicas y una mejora en la recuperación, lo que contribuye a una mejor salud y bienestar general de la población de Babahoyo.

Además, el buen servicio al cliente puede mejorar la reputación del Centro Médico. En la era de la tecnología y las redes sociales, las opiniones y experiencias de los pacientes se comparten rápidamente y pueden influir en la decisión de otras personas a la hora de elegir un centro médico. Un servicio al cliente destacado genera comentarios positivos, recomendaciones y una imagen positiva para la institución, lo que puede atraer a nuevos pacientes y fortalecer la fidelidad de los actuales. Otro factor relevante es que el servicio al cliente efectivo contribuye a la eficiencia operativa. Cuando el personal está capacitado en el trato con los pacientes y sabe cómo abordar sus necesidades de manera adecuada, se minimizan los malentendidos y se evitan posibles conflictos. Esto se traduce en una optimización de los recursos, reducción de los tiempos de espera y mejor coordinación entre los distintos departamentos del centro médico, lo que se refleja en una atención más rápida y de mayor calidad.

Asimismo, un enfoque en el servicio al cliente puede ser una fuente de motivación para el personal del centro médico. Los trabajadores se sienten más satisfechos y comprometidos con su labor cuando ven que sus esfuerzos tienen un impacto positivo en la vida de los pacientes y sus familias. Esto puede resultar en una menor rotación de personal, un aumento de la productividad y una mejor predisposición para implementar mejoras y actualizaciones en los procedimientos y tecnologías médicas. Por otro lado, el servicio al cliente es un elemento clave para cumplir con los estándares de calidad y acreditaciones requeridos en el ámbito de la salud. Los organismos reguladores suelen evaluar la satisfacción de los pacientes y la calidad de la atención como parte de los procesos de acreditación. Un buen servicio al cliente puede facilitar el cumplimiento de estos requisitos y asegurar que el Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" mantenga su estatus de institución confiable y segura para los usuarios.

El servicio al cliente del Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" de la ciudad de Babahoyo es de suma importancia durante el periodo 2022. Brindar una atención de calidad, empática y eficiente a los pacientes y sus familias no solo mejorará la satisfacción y el bienestar de la población atendida, sino que también repercutirá en la reputación, eficiencia y motivación del personal del centro médico. Además, el enfoque en el servicio al cliente contribuirá al cumplimiento de estándares de calidad y acreditaciones requeridos en el ámbito de la salud. Es fundamental que el centro médico invierta en la capacitación y mejora continua del personal, en la implementación de tecnologías que optimicen la atención y en la creación de una cultura organizacional orientada hacia la excelencia en el servicio al cliente. De esta manera, el Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" podrá consolidarse como un referente en el sector de la salud en la ciudad de Babahoyo y continuar su misión de salvar vidas y mejorar la calidad de vida de la comunidad que atiende.

### **3. Objetivos**

#### **Objetivo General**

- Analizar el Servicio al Cliente en el Centro Médico “Carlos Luis Morales Reina” de la ciudad de Babahoyo mediante la técnica de observación para la obtención de resultados.

#### **Objetivos Específicos**

- Identificar las causas que influyen en la baja satisfacción de los clientes del centro médico mediante una matriz EFE para interpretación de los factores externos.
- Determinar la calidad del servicio al cliente que brinda en la actualidad el centro médico mediante la aplicación de encuestas dirigidas a los usuarios para la optimización de los servicios
- Establecer opciones para mejorar el servicio al cliente en el centro médico mediante los resultados obtenidos de la matriz y las encuestas.

#### **4. Líneas de Investigación**

El estudio de caso titulado “Servicio al Cliente en el Centro Médico “Carlos Luis Morales Reina” de la ciudad de Babahoyo Periodo, 2022, es un análisis orientado a la calidad de servicio al cliente en el cual se identifican los diversos factores que afecta al centro medio en relacion con su servicio ofrecido al cliente, buscando evaluar la situación del periodo actual el presente trabajo de acuerdo al planteamiento del tema se vincula con la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control y se enmarca en la sublínea marketing y comercialización.

Existe un vínculo directo entre las actividades practicadas en el centro médico Carlos Luis Morales Reina, y la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control, dado que el centro médico está dedicado únicamente a la prestación de servicios médicos y de laboratorio, en el cual el mercado objetivo está constituido para otorgar servicios de salud integral, es decir no caben restricciones al público general y que puedan acceder a los servicios ofrecidos de forma libre, la cual se puede expresar que es un acto comercial sin la necesidad que exista un producto tangible al tratarse de un servicio se sobreentiende que es intangible y que es la mayor fuerza comercial del centro médico.

El presente estudio de caso esta articulado directamente con el trabajo de prácticas profesionales titulado: Aplicación de procesos administrativos o comerciales en empresas públicas y privadas bajo la supervisión del docente, cuyo aprendizaje a lo largo de la pasantía ayudó a la identificación de problemáticas para previo sugerir soluciones o realizar estudios acordes al problema para ser tratados bajo los parámetros aprendidos dentro del proceso, el cual se ha hecho presente en el presente trabajo para ser llevado a cabo.

## **5. Articulación con el trabajo de Practicas Pre-Profesionales**

El presente estudio de caso está estrechamente relacionado con la experiencia durante las prácticas pre-profesionales en el Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" en Babahoyo durante el período 2022. Durante este tiempo, se logró aprender a aplicar y desarrollar habilidades en el servicio al cliente en un entorno de atención personalizada, lo que me permitió identificar y abordar desafíos específicos en este contexto empresarial.

Las prácticas se centraron en la aplicación de procesos relacionados con el servicio al cliente, tanto en la interacción con pacientes como en la coordinación interna con el personal de la clínica. Bajo la supervisión de un docente, en el cual se pudo adquirir conocimientos valiosos en este campo y establecer una conexión directa entre las experiencias prácticas y el estudio de caso actual, titulado "Mejora del Servicio al Cliente en el Centro Médico Carlos Luis Morales Reina".

Durante las prácticas en este establecimiento de salud privado, se pudo identificar y comprender los desafíos específicos que enfrenta un centro médico en términos de servicio al cliente. Esta experiencia previa sirvió como base sólida para abordar de manera efectiva los problemas planteados en el estudio de caso actual. Los conocimientos adquiridos durante las prácticas en el ámbito del servicio al cliente se tradujeron a la capacidad para analizar y diagnosticar problemas dentro de una organización, en este caso, los relacionados con la satisfacción de los pacientes.

Dado que el proyecto de prácticas se centró bajo el tema de aplicación de procesos Administrativos o comerciales en empresas públicas y privadas, este estudio al ser del sector privado fue una base para su realización y preparación del campo investigativo.

## **6. Marco Conceptual**

### **Calidad**

Para definir a la calidad tenemos varias opiniones:

La calidad es una estrategia competitiva, y la competitividad de una empresa se refleja en su entorno cuando sus productos o servicios finales se convierten en una inversión para sus clientes: el cliente no abandona el producto o el servicio porque tiene valor para él, se dice, tiene aptitud para el uso (Cerna R, 2017, pág. 34)

Se refieren a la calidad como la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una casa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que el resto de sus especies. Es un concepto estrechamente vinculado al producto (buen material o servicio), pero independientemente de los procesos que se hayan llevado a cabo (Betancourt, 2015, pág. 23)

### **Medidas de calidad:**

Se deben recopilar datos y estadísticas para analizar tendencias y problemas en el funcionamiento de la organización, cada indicador debe hacerse pública y será el control que determina el progreso de la organización (Santacruz P, Pantigoso A, Perry J, & Carty P, 2016)

### **Calidad de servicio**

La calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación en el que el consumidor compara sus expectativas con sus percepciones, es decir, la medición de la calidad se realiza a través de la diferencia en el servicio esperad por el cliente y el servicio recibid de la empresa. (Cerna, Roger, 2017)

La calidad es el resultado de una serie de acciones, una visible para el cliente y otras no, que se siguen para acompañar y dar sentido al acto de venta. Cuando un cliente valora la calidad de servicio, no discrimina sus elementos, lo juzga como un todo, una cadena en la que, si un enlace

es débil y está roto, lo induce a generalizar esa debilidad en todo el proceso. Por lo tanto, es importante lograr la mayor homogeneidad entre todos los elementos que conforman el acto de venta.

### ***La calidad es total o no existe***

Es inútil en la evaluación de un Centro médico si son eficientes los resultados de un examen, si el laboratorista es descortés o para su defecto tiene pésima empatía por el dolor ajeno, es difícil ir a un lugar que no nos refleje confianza por el tipo de atención que brinda.

### ***Medidas de calidad:***

se deben recopilar datos y estadísticas para analizar tendencias y problemas en el funcionamiento de la organización. Cada indicador debe hacerse pública y será el control que determina el progreso de la organización (Santa Cruz, Pantigoso, & Perry, 2018)

### **Elementos tangibles de la calidad de un buen servicio**

#### ***La fachada***

De instalaciones físicas, equipamiento, personal y material de comunicación, son los aspectos físicos que el cliente percibe en la estructura tales como la limpieza y la modernidad se evalúan en tres elementos diferentes.

#### ***Personas***

Considera la apariencia física de las personas. Tú arma, flor, vestid; Son características detectadas en primera instancia por el usuario cuando son atendidas.

#### ***Infraestructura***

Es el estado en el que se ubican los edificios o locales donde se realiza el servicio; considerando dentro de este componente, las instalaciones, máquinas o móviles con las que se realiza el servicio. Los baños, es un ejemplo de infraestructura.

### ***Objetos varios de servicio***

Son representaciones tangibles que ofrecen del servicio, como tickets, carteles y folletos, son algunos de los objetos con los que el usuario tiene contacto. Aquellas que son prácticas, limpias y atractivos son cualidades que deben ser consideradas (Jaramillo M, 2013, pág. 56)

### **Elementos intangibles de la calidad**

#### ***Seguridad***

Es la habilidad del personal para la cortesía y su conocimiento, así como la forma hábil de comunicarse e inspirar confianza.

#### ***Cortesía***

La cortesía implica cortesía y buen trato en el servicio. Además del uso de buenos modales para servir al usuario, con el simple hecho de buenos días y gracias por visitarnos, son elementos de cortesía que hacen que el cliente se sienta cómodo.

#### ***Utilidad***

Es la facilidad del emplead para atender al usuario, tratar de acercarse a él antes de que el usuario lo requiera en el momento especial o urgente. Preguntas como ¿Necesita algo adicional? O, ¿cómo puedo ayudarte?

#### ***Competencia***

Es la capacidad de los empleados para realizar un servicio de calidad, teniendo en cuenta los conocimientos y actitudes a la hora de ejecutarla asistencia. Ser competente, implica que un empleado resuelva un problema a tiempo y por sí mismo.

#### ***La credibilidad***

La forma de actuar y el comportamiento de los servidores, puede motivar la seguridad o la inseguridad para el usuario. Si el colaborador genera confianza en el usuario, es muy probable que

el servicio se lleve a cabo en un buen momento y sin preocupaciones, es importante considerar la empatía para evaluar la calidad del servicio como parte de la credibilidad (Santa Cruz, Pantigoso, & Perry, 2018, pág. 67)

### **Bien/Servicio**

El concepto de servicio proviene del latín servirían, el mismo hace referencia a la acción servir, sin embargo, este concepto tiene múltiples acepciones desde la materia en que sea tratada.

Los servicios, desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes, los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible, esto se debe a que el servicio solo es presentado sin que el consumidor lo posea (Ariza J & Ariza J, 2017, pág. 16).

### **Atención al Cliente**

El servicio de atención al cliente es todo el soporte que brindas a tus clientes, ya sea antes, durante o después de la compra (postventa), y que los ayuda a tener una excelente experiencia con tu empresa. La definición de atención al cliente va mucho más allá de la función de dar respuestas: el concepto de servicio es una parte muy importante de lo que significa tu marca para los clientes; de hecho, hoy en día, es un factor crítico para el éxito de tu negocio.

No importa si tu objetivo es mantener o generar nuevos leads, es necesario ofrecer calidad en la atención al cliente, que debe estar alineada al valor que tu empresa quiere transmitir a los consumidores y a sus metas como un todo (Calle M, 2017, pág. 56).

De esta manera, tienes una gran oportunidad de estar en contacto con tu target, de impulsar la gestión de relación con los clientes y de demostrar que te preocupas por ellos.

## **Evolución del Servicio al cliente**

La evolución del servicio al cliente ha sido significativa a lo largo de los años, impulsada por los avances tecnológicos, cambios en las expectativas del cliente y la creciente importancia que las empresas le otorgan a la satisfacción del cliente como un factor clave para el éxito del negocio. A continuación, se describen algunas de las principales etapas en la evolución del servicio al cliente:

**Atención personalizada en persona:** En el pasado, la mayoría de las interacciones con los clientes se realizaban cara a cara en tiendas físicas u oficinas. El servicio al cliente se basaba en el trato personalizado y la atención individualizada.

**Call centers y atención telefónica:** Con el crecimiento de la telefonía, las empresas comenzaron a establecer centros de llamadas para atender a los clientes. Estos centros se especializaban en brindar asistencia por teléfono y permitían un mayor alcance en la atención al cliente.

**Internet y servicio al cliente en línea:** Con la popularización de Internet, las empresas ampliaron su presencia en línea y comenzaron a ofrecer soporte a través de correos electrónicos y chats en línea. Esto permitió una mayor accesibilidad y flexibilidad para los clientes.

**Redes sociales y atención al cliente 2.0:** La llegada de las redes sociales revolucionó la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. Ahora, las empresas podían responder a las consultas y quejas de los clientes en plataformas como Twitter y Facebook, lo que requería una respuesta rápida y pública para satisfacer las expectativas de los clientes.

**Automatización y chatbots:** La incorporación de la inteligencia artificial y los chatbots permitió a las empresas brindar respuestas automatizadas a preguntas frecuentes y problemas

comunes, lo que agilizó el proceso de atención al cliente y liberó a los agentes para centrarse en problemas más complejos y personales.

**Omnicanalidad:** Los clientes empezaron a esperar una experiencia fluida y consistente en todos los canales de comunicación con una empresa, ya sea en persona, por teléfono, en línea o en redes sociales. La Omnicanalidad se convirtió en un enfoque para brindar una experiencia sin problemas en todos los puntos de contacto con el cliente.

**Enfoque en la experiencia del cliente:** Las empresas se dieron cuenta de que la satisfacción del cliente no se limitaba solo a resolver problemas, sino que también implicaba brindar una experiencia positiva en todas las interacciones. Se puso más énfasis en comprender y satisfacer las necesidades del cliente en cada etapa del viaje del cliente.

**Personalización y análisis de datos:** Gracias al análisis de datos, las empresas pudieron obtener una comprensión más profunda de las preferencias y comportamientos de sus clientes. Esto permitió ofrecer un servicio más personalizado y adaptado a las necesidades individuales de cada cliente.

**Soporte 24/7:** Con clientes ubicados en diferentes husos horarios y la necesidad de asistencia inmediata, muchas empresas implementaron servicios de atención al cliente las 24 horas del día, los 7 días de la semana, mediante la automatización y agentes en diferentes turnos.

**Realidad aumentada y virtual:** Con tecnologías como la realidad aumentada y la realidad virtual, las empresas pudieron brindar asistencia visual más efectiva, especialmente en sectores como el soporte técnico y la asistencia de productos.

La evolución del servicio al cliente ha sido impulsada por la tecnología, la digitalización y la creciente conciencia de la importancia de brindar una experiencia positiva al cliente. (Cuesta E, 2020, pág. 76)

## **El servicio al cliente**

Hay en día, el servicio al cliente es una actividad desarrollada por organizaciones orientadas a satisfacer las necesidades de sus clientes, aumentando así su productividad y siendo competitivos. El cliente es el principal protagonista y el factor más importante en el juego de negocios.

Para (Betancourt, 2015), describe que:

El enfoque de Negocio Sistemático (ESE), es el modelo que nos permite analizar el servicio al cliente de una empresa en un entorno determinado y establecer las bases para el desarrollo de su plan estratégico, además, sirve para comprender el papel de los procesos y el capital humano en la efectividad, eficiencia y efectividad de los mismos, y la importancia de la cultura organizacional en el funcionamiento de la empresa.

(Montoya & Boyero, 2016), llaman al servicio al cliente una actividad de interrelación que proporciona un suministro con el objetivo de que un cliente obtenga un producto o un servicio específico, como puede ser en ese momento, en el lugar indicado y garantizando un uso correcto del mismo.

### **Factores que inciden en una mejor calidad de servicio al cliente**

**Comunicación clara y efectiva:** Asegúrate de que la comunicación con los clientes sea clara, precisa y efectiva. Brinda información detallada sobre los servicios ofrecidos, los horarios disponibles y cualquier otra información relevante relacionada con las citas. (Betancourt, 2015)

**Facilitar el proceso de reserva:** Haz que el proceso de reserva de citas sea lo más sencillo posible para los clientes. Ofrece diferentes opciones para hacer citas, como teléfono, correo electrónico o plataformas en línea, y asegúrate de que estén bien señaladas y accesibles. (Ariza J & Ariza J, 2017)

**Cumplimiento de horarios:** Es vital ser puntual y respetar los horarios acordados con los clientes. La impuntualidad puede generar frustración y afectar la percepción de calidad del servicio.

**Flexibilidad y adaptabilidad:** A veces, los clientes necesitan cambiar o cancelar citas por diversas razones. Trata de ser flexible y comprensivo al respecto, siempre que sea posible, sin descuidar la eficiencia del servicio. (Ariza J & Ariza J, 2017)

**Capacitación del personal:** El personal que interactúa con los clientes debe recibir capacitación adecuada en servicio al cliente. Esto incluye habilidades de comunicación, empatía y resolución de problemas. (Betancourt, 2015)

**Retroalimentación y mejora continua:** Preguntar a los clientes sobre su experiencia con el servicio y tomar en cuenta sus comentarios. La retroalimentación constructiva te permitirá identificar áreas de mejora y perfeccionar el servicio al cliente. (Ariza J & Ariza J, 2017)

**Estándares de calidad:** Establece estándares de calidad para el servicio al cliente y asegúrate de que todo el equipo los conozca y los siga rigurosamente. (Cerna R, 2017)

**Personalización:** Trata de conocer a tus clientes y ofrecerles un trato personalizado. Los clientes apreciarán sentir que son valorados y que sus necesidades específicas son atendidas.

**Gestión eficiente de citas:** Utiliza herramientas y sistemas para gestionar las citas de manera eficiente, evitando sobrepasar la capacidad del negocio y minimizando el tiempo de espera.

**Resolver problemas con prontitud:** Si surgen problemas durante una cita, es importante abordarlos con rapidez y eficacia. Los clientes valorarán la manera en que manejas las situaciones difíciles y cómo te esfuerzas por encontrar soluciones. (Cerna R, 2017)

### **Gestión de Servicio al Cliente: Importancia, Estrategias y Mejores Prácticas**

La gestión de servicio al cliente es un componente crítico para el éxito de cualquier empresa. Es el proceso de brindar asistencia, resolver problemas y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva y eficiente. En un entorno empresarial altamente competitivo, el servicio al cliente excepcional puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. En este artículo, exploraremos la importancia de la gestión de servicio al cliente, analizaremos estrategias y mejores prácticas para implementarla y respaldaremos los conceptos con citas de expertos y estudios relevantes.

### **Importancia de la Gestión de Servicio al Cliente**

**Retención de Clientes:** Según el "Estudio de Gestión de la Experiencia del Cliente" de Pc, el 32% de los clientes dejarán de hacer negocios con una marca después de una sola experiencia negativa. La gestión adecuada del servicio al cliente ayuda a retener clientes y fomentar relaciones a largo plazo.

**Referencias y Recomendaciones:** "El 83% de los clientes satisfechos estarán dispuestos a recomendar una empresa a otros" (Encuesta de Servicio al Cliente de American Express). Un servicio excepcional puede generar referencias y recomendaciones valiosas, lo que aumenta la base de clientes.

**Diferenciación Competitiva:** "El servicio al cliente se ha convertido en el último bastión de la diferenciación competitiva" (Forestar Resecar). En mercados saturados, un excelente servicio puede destacar a una empresa entre sus competidores.

### **Estrategias para la Gestión de Servicio al Cliente**

**Entrenamiento del Personal:** "Un cliente satisfecho es la mejor estrategia de negocio de todos" (Michael LeBoeuf). Proporcionar un entrenamiento exhaustivo y continuo a los empleados

para que adquieran habilidades de comunicación y resolución de problemas es esencial para brindar un servicio de calidad.

**Escucha Activa:** "Tu cliente más insatisfecho es tu mayor fuente de aprendizaje" (Bill Gates). Escuchar activamente las preocupaciones y comentarios de los clientes permite identificar áreas de mejora y fortalecer la relación con ellos.

**Personalización del Servicio:** "El 72% de los consumidores solo se relacionarán con mensajes de marketing personalizados" (SmarterHQ). Adaptar el servicio a las necesidades individuales de los clientes mejora su satisfacción y lealtad.

**Implementación de Tecnología:** "La tecnología y la automatización pueden mejorar la interacción con el cliente, pero no pueden reemplazar la empatía humana" (Stephen Cannon). La tecnología puede optimizar la atención al cliente, pero el toque humano sigue siendo esencial para una gestión efectiva.

### **Mejores Prácticas de Gestión de Servicio al Cliente**

**Prontitud en la Respuesta:** "El 41% de los consumidores espera una respuesta en menos de seis horas" (Drift). Responder rápidamente a las consultas y problemas de los clientes demuestra su importancia y mejora la experiencia del cliente.

**Empoderamiento del Cliente:** "La mejor publicidad es la que hacen los clientes satisfechos" (Philip Kotler). Capacitar a los clientes para que resuelvan problemas básicos por sí mismos a través de recursos y autoservicio en línea aumenta su satisfacción y reduce la carga del equipo de atención al cliente.

**Seguimiento Post-Servicio:** "El 80% de las empresas creen que brindan un excelente servicio al cliente, pero solo el 8% de los clientes está de acuerdo" (Bain & Company). El

seguimiento posterior al servicio permite recopilar comentarios valiosos y cerrar la brecha entre las percepciones de las empresas y las expectativas de los clientes.

La gestión de servicio al cliente es una parte esencial de cualquier estrategia empresarial exitosa. La retención de clientes, las referencias positivas y la diferenciación competitiva son solo algunos de los beneficios que ofrece una gestión efectiva del servicio al cliente. Mediante el entrenamiento adecuado del personal, la escucha activa, la personalización del servicio y la implementación de tecnología, las empresas pueden mejorar su enfoque de atención al cliente.

### **Servicio al cliente y sus líneas de acción para mejora en las empresas**

El servicio al cliente es una parte fundamental de cualquier empresa, ya que tiene un impacto directo en la satisfacción y retención de los clientes, así como en la reputación y el crecimiento del negocio. Para mejorar el servicio al cliente a nivel empresarial, es esencial implementar líneas de mejora que aborden diferentes aspectos del servicio.

**Escuchar al cliente:** Establecer canales de comunicación efectivos para recibir comentarios, quejas y sugerencias de los clientes. Esto podría incluir encuestas, líneas telefónicas de atención al cliente, buzones de sugerencias y presencia en redes sociales.

**Capacitar al personal:** Proporcionar capacitación adecuada al personal de atención al cliente para desarrollar habilidades de comunicación, empatía, resolución de problemas y manejo de situaciones difíciles.

**Establecer estándares de servicio:** Definir claramente los estándares de servicio que se esperan en todas las interacciones con los clientes y asegurarse de que el personal los siga consistentemente.

**Personalización del servicio:** Fomentar la personalización en la atención al cliente para tratar a cada cliente como un individuo único. Esto implica conocer sus preferencias, historial de compras y necesidades específicas.

**Tiempo de respuesta:** Reducir los tiempos de espera en las líneas de atención al cliente y agilizar los procesos de resolución de problemas para mejorar la satisfacción del cliente.

Uso de tecnología: Implementar herramientas tecnológicas como chatbots, sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) y plataformas de autoservicio para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio.

**Cultura de servicio al cliente:** Fomentar una cultura centrada en el cliente en toda la organización, donde todos los empleados comprendan la importancia del servicio al cliente y trabajen en conjunto para brindar una experiencia excepcional.

**Medición y análisis:** Establecer métricas para medir la satisfacción del cliente y la eficacia del servicio al cliente. Utilizar estos datos para identificar áreas de mejora y tomar decisiones basadas en datos.

**Resolución de problemas:** Implementar procesos sólidos de resolución de problemas para abordar las quejas y problemas de los clientes de manera rápida y efectiva.

**Reconocimiento y recompensas:** Reconocer y recompensar a los empleados que brindan un excelente servicio al cliente, lo que fomentará una mayor dedicación y esfuerzo en esta área.

## **7. Marco Metodológico**

### **Método**

El método exploratorio es una técnica de investigación que se utiliza para obtener una comprensión más profunda de un fenómeno o problema específico, en este caso de atención al cliente ayudara a explorar todos los aspectos que atañen negativamente a la empresa, a su vez para lograr establecer un vínculo con la atención al cliente y la mejora continua de la empresa. El método exploratorio contribuirá para la indagación minuciosa de cada factor que influya en la atención al cliente para previo obtener resultados y ofrecer sugerencias para mejora.

### **Técnicas**

#### **Observación**

Mediante esta técnica lograremos tener una perspectiva desde el ángulo de cliente para lograr la identificación de falencias en la atención al cliente, para lo cual elaboraremos un formato para rellenar con las observaciones obtenidas.

#### **Matriz MEFE**

Esta matriz permitirá conocer los factores externos y de entorno, que perjudican la atención al cliente.

#### **Encuestas**

Estas encuestas serán realizadas al cliente para identificar las sugerencias y quejas de las cuales se identificarán los factores para mejorar. La encuesta es una herramienta valiosa en la investigación y en el presente estudios de caso, ya que puede proporcionar datos cuantitativos y cualitativos que contribuyen a la comprensión de conceptos amplios y complejos.

## 8. Resultados

*Tabla 1 Encuestas*

*1. ¿Considera usted que la atención al cliente en el centro médico Carlos Luis Morales Reina es?*

	<i>Frecuencia relativa</i>	<i>Frecuencia absoluta</i>
<i>Excelente</i>	5	15,15%
<i>Buena</i>	2	6,06%
<i>Regular</i>	25	75,76%
<i>Mala</i>	1	3,3%
<i>Total</i>	33	100%

*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

*Tabla 2*

*2. ¿Considera usted que el servicio al cliente es adecuado?*

	<i>Frecuencia relativa</i>	<i>Frecuencia absoluta</i>
<i>Si</i>	5	15,15
<i>No</i>	28	84,85
<i>Total</i>	33	100%

*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

*Tabla 3*

*3. ¿Qué sería lo más importante para usted como cliente al momento de consumir un servicio?*

	<i>Frecuencia relativa</i>	<i>Frecuencia absoluta</i>
<i>Servicio al Cliente</i>	30	90,91
<i>La Distancia de Lugar</i>	1	3,03
<i>El Costo de Servicio</i>	2	6,06
<i>Total</i>	33	100%

*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

**Tabla 4**

**4. ¿Considera que la calidad es parte del servicio al cliente?**

	<b>Frecuencia relativa</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>
<b>Totalmente de acuerdo</b>	30	90,91
<b>Nada de Acuerdo</b>	1	3,03
<b>Poco de Acuerdo</b>	2	6,06
<b>Total</b>	33	100%

**Elaborado Por: Danny Israel Márquez García**

**Tabla 5**

**5. ¿Cree usted que la falta de capacitación de los empleados del centro médico influya en el servicio al cliente?**

	<b>Frecuencia relativa</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>
<b>Mucho</b>	33	100%
<b>Regular</b>	0	0%
<b>Nada</b>	0	0%
<b>Total</b>	33	100%

**Elaborado Por: Danny Israel Márquez García**

**Tabla 6**

**6. ¿Considera usted que los clientes deben ser privilegio dentro del centro médico?**

	<b>Frecuencia relativa</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>
<b>Totalmente de acuerdo</b>	33	100%
<b>Poco de Acuerdo</b>	0	0%
<b>Nada de Acuerdo</b>	0	0%
<b>Total</b>	33	100%

**Elaborado Por: Danny Israel Márquez García**

**Tabla 7**

**7. ¿Considera que la empatía debe practicarse dentro de cualquier servicio al cliente?**

	<b>Frecuencia relativa</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>
<b>Totalmente de acuerdo</b>	25	75,76%
<b>Poco de Acuerdo</b>	5	9,09%
<b>Nada de Acuerdo</b>	3	15,15%
<b>Total</b>	33	100%

**Elaborado Por:** Danny Israel Márquez García

**Tabla 8**

**8. ¿Cree usted que la parte fundamental de acudir a un lugar es que lo atiendan bien?**

	<b>Frecuencia relativa</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>
<b>Totalmente de acuerdo</b>	29	87,87%
<b>Poco de Acuerdo</b>	0	,0%
<b>Nada de Acuerdo</b>	4	12,12%
<b>Total</b>	33	100%

**Elaborado Por:** Danny Israel Márquez García

*Tabla 9*

*Matriz EFE*

<b>FACTOR EXTERNO CLAVE DE ÉXITO</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PROMEDIO</b>
<i>Tasa de interés</i>	<i>0,1</i>	<i>2</i>	<i>0,2</i>
<i>Crecimiento de la industria</i>	<i>0,15</i>	<i>4</i>	<i>0,6</i>
<i>Inflación</i>	<i>0,05</i>	<i>2</i>	<i>0,1</i>
<i>Impuestos</i>	<i>0,04</i>	<i>1</i>	<i>0,04</i>
<i>Créditos hipotecarios</i>	<i>0,07</i>	<i>1</i>	<i>0,07</i>
<i>Plan de ordenamiento territorial</i>	<i>0,09</i>	<i>1</i>	<i>0,09</i>
<i>Programas de vivienda</i>	<i>0,09</i>	<i>4</i>	<i>0,36</i>
<i>Plan de desarrollo</i>	<i>0,05</i>	<i>4</i>	<i>0,2</i>
<i>Generación de empleo</i>	<i>0,08</i>	<i>4</i>	<i>0,32</i>
<i>Desarrollo de la ciudad</i>	<i>0,06</i>	<i>4</i>	<i>0,24</i>
<i>Protección de patrimonio cultural</i>	<i>0,08</i>	<i>1</i>	<i>0,08</i>
<i>Automatización de los procesos</i>	<i>0,06</i>	<i>2</i>	<i>0,12</i>
<i>Nuevos competidores</i>	<i>0,03</i>	<i>2</i>	<i>0,06</i>
<i>Localización geográfica</i>	<i>0,03</i>	<i>4</i>	<i>0,12</i>
<i>Dificultad de transporte aéreo-terrestre</i>	<i>0,02</i>	<i>1</i>	<i>0,02</i>
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,62</b>

*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

## **9. Discusión de Resultados**

El servicio al cliente desempeña un papel esencial en la reputación y el éxito de cualquier organización, especialmente en el sector de la atención médica. El presente análisis se centra en los resultados obtenidos a partir de dos herramientas clave: la Matriz MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos) y las encuestas realizadas en el Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina", estos resultados ofrecen una visión holística de la percepción del servicio al cliente, tanto desde el punto de vista de los factores externos que afectan a la organización como de la perspectiva de los pacientes.

### **Matriz MEFE: Evaluación de Factores Externos:**

La Matriz MEFE proporciona una evaluación cuantitativa de los factores externos que pueden influir en el desempeño y el éxito de una organización. En el caso del Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina", un resultado de 2,62 indica una ponderación significativa de los factores externos. Esto sugiere que la organización está influenciada en gran medida por las condiciones y acontecimientos fuera de su control directo. Es esencial identificar y comprender estos factores para tomar decisiones estratégicas adecuadas.

### **Encuestas sobre el Servicio al Cliente:**

Las encuestas realizadas a los pacientes son una herramienta valiosa para comprender sus percepciones y experiencias con el servicio al cliente. Los resultados de las encuestas indican que hay una falta de empatía y que la atención al cliente se considera regular en su mayoría. Además, las encuestas revelan una serie de falencias graves en varios aspectos clave de la atención al cliente. Estas deficiencias incluyen niveles altos de insatisfacción con respecto a la atención recibida.

Los resultados obtenidos a través de la Matriz MEFE y las encuestas arrojan una luz significativa sobre el estado actual del servicio al cliente en el Centro Médico "Carlos Luis Morales

Reina". El bajo puntaje en la Matriz MEFÉ sugiere que la organización está fuertemente influenciada por factores externos, lo que puede dificultar la implementación de mejoras sustanciales en el servicio al cliente. Es importante reconocer que los factores externos pueden variar desde la competencia en el mercado hasta las regulaciones gubernamentales, y abordarlos eficazmente requerirá un enfoque estratégico y colaborativo.

Las deficiencias identificadas en las encuestas, como la falta de empatía y la atención al cliente considerado regular, indican un área crítica de mejora. La empatía es un componente esencial en la interacción médico-paciente, ya que crea un ambiente de confianza y cuidado. La atención al cliente, en un contexto médico, va más allá de la competencia clínica; implica el trato humano y la consideración hacia las necesidades y preocupaciones de los pacientes.

La discrepancia entre la percepción interna de la organización y la percepción de los pacientes debe abordarse de manera integral. Es fundamental que el personal médico y administrativo reciba capacitación en habilidades de comunicación y empatía para mejorar la experiencia del usuario.

El análisis de los resultados obtenidos a través de la Matriz MEFÉ y las encuestas sobre el servicio al cliente en el Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" subraya la necesidad apremiante de mejorar la calidad de la atención al cliente. La influencia de factores externos y las deficiencias identificadas en las encuestas presentan desafíos, pero también oportunidades para la mejora. La implementación de estrategias de capacitación en empatía y comunicación, junto con un sistema de retroalimentación efectivo, puede conducir a una transformación positiva en la percepción y la experiencia del paciente. El compromiso con la mejora continua será fundamental para lograr un servicio al cliente excepcional y consolidar la reputación del centro médico.

## **10. Conclusiones**

El servicio al cliente es un elemento crucial en la reputación y el éxito de cualquier organización, especialmente en el ámbito de la atención médica. En este análisis, se ha examinado la percepción del servicio al cliente en el Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" a través de la Matriz MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos) y encuestas realizadas a los pacientes. Estas herramientas han proporcionado una comprensión integral de cómo los factores externos influyen en la organización y cómo los pacientes perciben la calidad del servicio.

La Matriz MEFE ha revelado que el Centro Médico está fuertemente influenciado por factores externos, como la competencia en el mercado y las regulaciones gubernamentales. Un puntaje de 2,62 sugiere que la organización enfrenta desafíos significativos fuera de su control directo. Este resultado resalta la importancia de identificar y comprender estos factores para tomar decisiones estratégicas informadas.

Las encuestas realizadas a los pacientes han proporcionado una visión valiosa de la percepción del servicio al cliente. Los resultados indican que existe una falta de empatía en la atención y que en general se considera que la calidad del servicio es regular. Estas encuestas han identificado deficiencias graves en varios aspectos clave de la atención al cliente, incluida una alta insatisfacción con la atención recibida. Esta retroalimentación directa de los pacientes es esencial para comprender las áreas en las que se deben realizar mejoras.

La discrepancia entre la percepción interna de la organización y la percepción de los pacientes es una cuestión que requiere atención. La empatía es especialmente crucial en la interacción médico-paciente, ya que contribuye a establecer un ambiente de confianza y atención. La atención al cliente en un entorno médico va más allá de la competencia clínica; implica el trato humano y la consideración de las necesidades de los pacientes.

## 11. Recomendaciones

Basado en el análisis presentado en el texto, se pueden derivar varias recomendaciones clave para mejorar el servicio al cliente en el Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina":

- Implementar un enfoque estratégico en factores externos, dado que la organización está fuertemente influenciada por factores externos, es fundamental que el centro médico desarrolle una comprensión sólida de estos factores y cree estrategias para mitigar sus efectos negativos. Esto debe incluir la adaptación a regulaciones gubernamentales cambiantes, la identificación de oportunidades en el mercado y el desarrollo de tácticas para enfrentar la competencia.
- Añadir programas de capacitación para el personal médico y administrativo en habilidades de comunicación y empatía. Esto ayudará a crear un ambiente de confianza y cuidado para los pacientes, mejorando su experiencia en el centro médico.
- Tratar las necesidades y preocupaciones de los pacientes, implementando protocolos que aseguren una atención comprensiva y respetuosa en todos los puntos de contacto con los pacientes.
- Establecer un sistema de retroalimentación donde los pacientes puedan expresar sus experiencias y comentarios de manera honesta y sin temor a represalias es crucial. Esto proporcionará información valiosa para identificar áreas específicas que requieren mejoras y permitirá a la organización realizar ajustes rápidos y efectivos.
- Reconocer que una mejora constante en el servicio al cliente contribuirá positivamente a la reputación y la marca del centro médico. Una experiencia positiva para los pacientes puede llevar a la lealtad, la recomendación boca a boca y una mejor percepción en la comunidad.

## Referencias Bibliográficas

- Andrade M, M. (23 de Octubre de 2018). <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7302/1/T3173-MDTH-Cuesta-Estilos.pdf>. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7302/1/T3173-MDTH-Cuesta-Estilos.pdf>
- Arguello A, A., Llumiguano M, M., Gavilánez C, C., & Torres L, L. (2020). *Administración de Empresas (Elementos Basicos)*. Ecuador; Bolivar, Guayas : ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE CIENCIAS NEUTROSÓFICAS.
- Ariza J, J., & Ariza J, J. (2017). *Informacion y Servicio al Cliente*. España: Mc Graw Hill.
- Betancourt, M. (2015). *Atencion al Cliente*. Lima : HUASCAR EDICIONES.
- Calle M, M. (2017). *Atencion al Cliente*. Mexico: PEARSON.
- Cerna R, R. (2017). *Calidad en Servicio al Cliente*. Colombia: PATRIA.
- Chiavenato I, I. (2019). *INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACION una vision global de la moderna administracion de las organizaciones*. Mexico: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.
- Cuesta E, E. (2020). *Estilos de liderazgo y su influencia en la sustentabilidad de las organizaciones de servicios de remediación ambiental ecuatorianas en la provincia de Orellana*. Quito, Ecuador : Universidad Andina Simón Bolívar .
- Deloitte. (8 de Julio de 2020). *Deloitte*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/deloitte-analytics/articles/informativo-gerencial-2022.html>
- Forbes. (2019). *Gestion Administrativa Eficiente* . *Forbes* , 3, 7.
- Goleman G, D. (2018). *Liderazgo*. Mexico: PLAZAS.
- Guillin X, X., & Pérez I, I. (2022). *GESTIÓN ADMINISTRATIVA*. Quevedo; Ecuador : Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Ecuador.
- Harvard Business Reveiw. (21 de Agosto de 2020). *Harvard Business Reveiw*. Obtenido de <https://hbr.org/>
- Jaramillo M, M. (2013). Información para la calidad del sistema de salud en Colombia: una propuesta de revisión basada en el modelo israelí. *Estudios Gerenciales Colombia*, 2,3.
- Kotter J, J. (2000). *Quien hace los Lideres*. Argentina: Mc GrAw Hill's.
- McKinsey & Company. (23 de Abril de 2021). *McKinsey & Company*. Obtenido de <https://www.mckinsey.com/featured-insights/2021-year-in-review>
- Montoya, N., & Boyero, L. (2016). *Servicio al Cliente*. Colombia: McGraw Hill.
- Palacios L, L. (2016 (2019)). *Direccion Estrategicas* . Mexico: ECOE EDICIONES .
- Quispe A, A., Vasquez E, E., Menacho A, A., & Albitres E, E. (2020). *Gestión administrativa y planeamiento estratégico en la gestión de recursos financieros UGEL-04-2020*. Piura, Peru: Universidad Cesar Vallejo.
- Rodriguez R, R. (2019). *LIBRO PREVISION DE VENTAS Y FIJACION DE OBJETIVOS*. Mexico: Ediciones Republica.

- Santa Cruz, P., Pantigoso, A., & Perry, J. (2018). *Gestion de Calidad y Atencion Al cliente*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Santacruz P, P., Pantigoso A, A., Perry J, J., & Carty P, P. (2016). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente*. Madrid: McGraw Hill.
- Stamateas B, B. (2019). *Liderazgo exitoso*. Madrid, España: SAMPLE.

## Anexos

### Anexo 1 Carta de Autorización



**CENTRO DE ATENCIÓN Y FORMACIÓN DE NIÑOS, NIÑAS,  
ADOLESCENTES Y ADULTOS "CARLOS LUIS MORALES REINA"**

"Una Opción, una Alternativa para Usted y su Familia"

DIR. BY PASS Y CALLE O  
TELF: 2 572-066; 0994485106 / 0987317568

Babahoyo, 28 de agosto del 2023

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

**DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA**

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos el **Centro de atención y formación de niños, niñas, adolescentes y adultos "Carlos Luis Morales Reina"** de la ciudad de Babahoyo.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** al estudiante **MARQUEZ GARCIA DANNY ISRAEL**, de la carrera de comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: **Servicio al cliente del Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" de la ciudad de Babahoyo en el periodo 2022** el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente



L.cda. Marcela Mercedes Morales Reina

1203854953

[cafsi0307clmr@gmail.com](mailto:cafsi0307clmr@gmail.com) 0994485106

## Anexo 2 RUC DE LA EMPRESA

12/9/23, 9:18

SRI en Línea - Consulta de RUC



[RUC](#) > [Consulta](#)

### Consulta de RUC

RUC  
1291746442001

Razón social  
CENTRO DE ATENCION Y FORMACION A NIÑOS NIÑAS  
ADOLESCENTES Y ADULTOS CARLOS LUIS MORALES REINA

Estado contribuyente en el RUC  
**ACTIVO**

#### Representante legal

Nombre/Razón Social: MORALES REINA MARCELA MERCEDES  
Identificación: 1203854953

Contribuyente fantasma **NO**      Contribuyente con transacciones inexistentes **NO**

Actividad económica principal

ACTIVIDADES DE GUARDERÍA O ATENCIÓN DIURNA DE NIÑOS,  
INCLUYENDO EL CUIDADO DIURNO DE NIÑOS CON DISCAPACIDAD

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría	
SOCIEDAD	RIMPE	EMPREDEDOR	
Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial	
NO	NO	NO	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
2013-03-22	2020-01-13		

[Mostrar establecimientos](#)

[Nueva consulta](#)

Proceder - Volver

## Anexo 3 CERTIFICADO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO



# Servicio al cliente del Centro Médico "Carlos Luis Morales Reina" de la ciudad de Babahoyo en el periodo 2022

3% Similitudes  
 3% Texto entre comillas  
 0% similitudes entre comillas  
 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: COMPILATIO DANNY ISRAEL MARQUEZ GARCIA.docx  
 ID del documento: e7d5e9e867fcabfc8f3e430556cfcb4d977eab5a  
 Tamaño del documento original: 45,68 kB  
 Autor: Danny Israel Márquez García

Depositante: Danny Israel Márquez García  
 Fecha de depósito: 11/9/2023  
 Tipo de carga: url\_submission  
 fecha de fin de análisis: 11/9/2023

Número de palabras: 6853  
 Número de caracteres: 44.125

Ubicación de las similitudes en el documento:



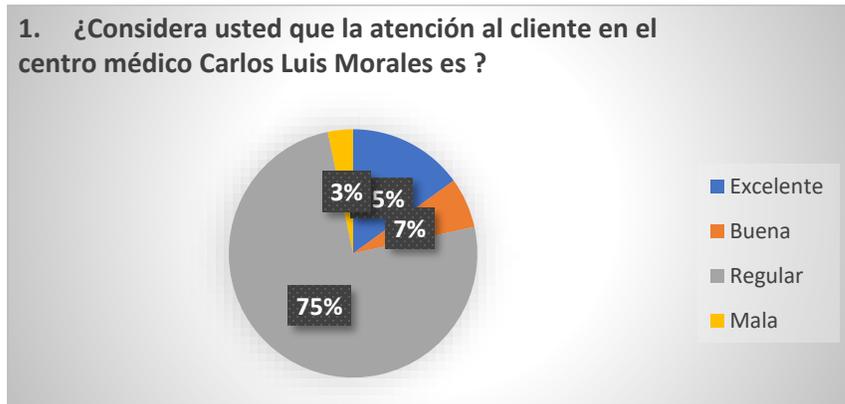
### Fuente principal detectada

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #3d8747 El documento proviene de otro grupo 2 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (163 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.uigv.edu.pe <a href="http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/20.500.11818/2183/4/TESIS%20DE%20ANDRES%20PANTIGOSO,%20PARO...">http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/20.500.11818/2183/4/TESIS DE ANDRES PANTIGOSO, PARO...</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (28 palabras)
2	Documento de otro usuario #c9beb8 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
3	www.linkedin.com   Impulso Corp en LinkedIn: Nos sentimos orgullosos y felices ... <a href="https://www.linkedin.com/posts/impulso-pr-y-marketing-de-influencias_nos-sentimos-orgullosos-y-f...">https://www.linkedin.com/posts/impulso-pr-y-marketing-de-influencias_nos-sentimos-orgullosos-y-f...</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
4	Documento de otro usuario #bbf149 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
5	Documento de otro usuario #1bc580 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

**Ilustración 1**



*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

**Ilustración 2**



*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

**Ilustración 3**



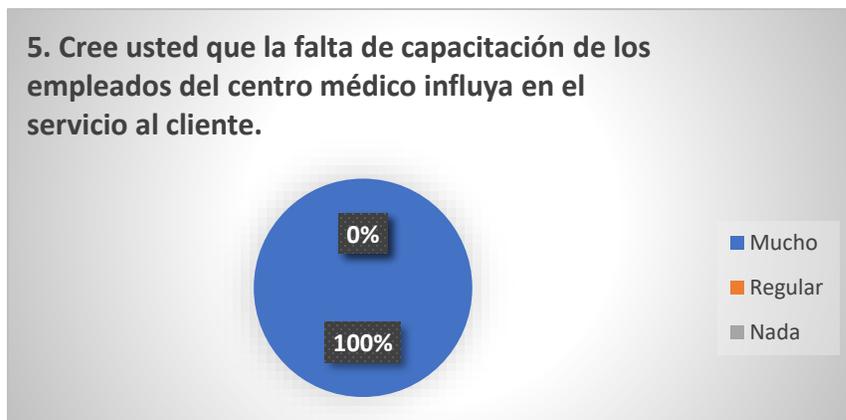
*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

**Ilustración 4**



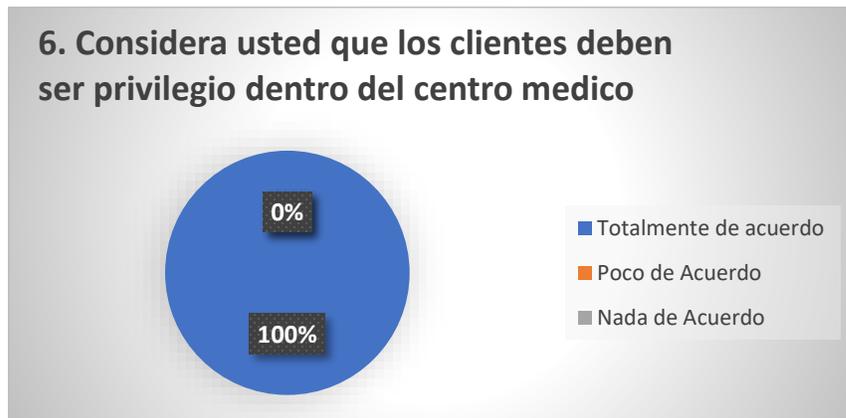
*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

**Ilustración 5**



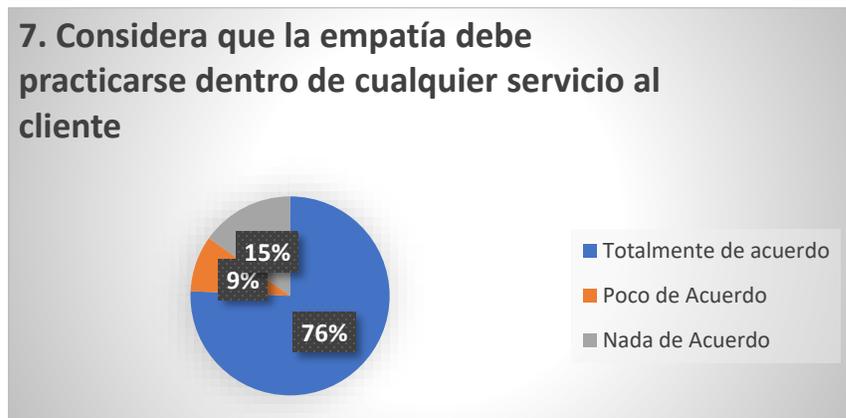
*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

**Ilustración 6**



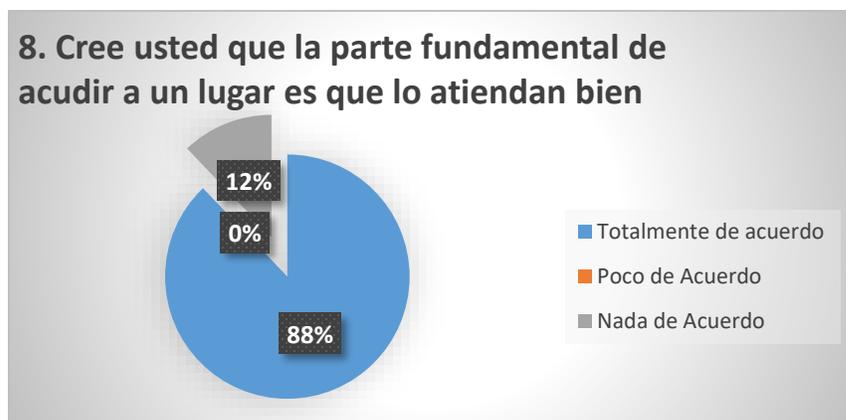
*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

**Ilustración 7**



*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

**Ilustración 8**



*Elaborado Por: Danny Israel Márquez García*

