



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TEMA:**

**BENCHMARKING, UNA HERRAMIENTA PARA CAPTAR Y  
FIDELIZAR CLIENTES EN EL LABORATORIO CHAN DEL CANTÓN  
ZARUMA**

**AUTOR:**

**SAMANIEGO PILAY WILSON ADRIEL**

**TUTOR:**

**PhD. QUIMI DELGADO WILLIAM ROLANDO**

**GUAYAQUIL 2023**

**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:**

BENCHMARKING, UNA HERRAMIENTA PARA CAPTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN EL LABORATORIO CHAN DEL CANTÓN ZARUMA

**AUTOR:**

Samaniego Pilay Wilson Adriel

**REVISORES O TUTORES:**

PhD. Quimi Delgado William Rolando

**INSTITUCIÓN:**

Universidad Laica Vicente  
Rocafuerte de Guayaquil

**Grado obtenido:**

Licenciado en Administración de Empresas

**FACULTAD:**

ADMINISTRACIÓN

**CARRERA:**

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

2023

**N. DE PAGS:**

70

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Educación Comercial y Administración

**PALABRAS CLAVE:** BENCHMARKING, HERRAMIENTA, FIDELIZAR CLIENTES, CAPTACIÓN DE CLIENTES.

**RESUMEN:**

Los laboratorios clínicos son donde los técnicos y profesionales analíticos clínicos analizan muestras biológicas humanas que ayudan en la investigación, prevención, diagnóstico y tratamiento de enfermedades. En un laboratorio clínico, las muestras biológicas son analizadas por diferentes especialidades analíticas, como la bioquímica - también conocida

como química clínica, en el laboratorio clínico Obtienen y estudian una variedad de muestras biológicas como sangre, orina, heces, líquido sinovial (articulación), líquido cefalorraquídeo, vaginales y otros tipos de muestras.

Como metodología de investigación, indica que se utilizarán métodos que sean de ayuda para estudiar o examinar el objeto de investigación, este será un análisis exhaustivo, intentar investigar a los propios representantes de ventas farmacéuticas, explorar algunas relaciones aparentes, recopilar varios elementos de los hallazgos en forma hipotética. enfoque, hacer suposiciones o conjeturas para construir una explicación de un problema.

En cuanto a la conclusión es que el propósito de este enfoque es resaltar y descubrir las mejores prácticas adoptadas y para finalizar como su conclusión fue que el desempeño laboral de los empleados está influenciado en gran medida por incentivos que dificultan la contribución por falta de nuevas ideas y de alguna manera les impiden dar valor agregado asu trabajo.

<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>  Samaniego Pilay Wilson Adriel	<b>Teléfono:</b>  0983980910	<b>E-mail:</b>  amaniegop@ulvr.edu.ec
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	Mgtr. Oscar Paul Machado Álvarez Decano  <b>Teléfono: 259 6500 Ext. 201</b> E-mail: <a href="mailto:omachadoa@ulvr.edu.ec">omachadoa@ulvr.edu.ec</a>  Mgtr. Irma Aquino Onofre.  Directora de Carrera <b>Teléfono: 259 6500 Ext. 203</b> <b>E-mail: <a href="mailto:iaquino@ulvr.edu.ec">iaquino@ulvr.edu.ec</a></b>	

## CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA

BENCHMARKING, UNA HERRAMIENTA PARA CAPTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN EL LABORATORIO CHAN DEL CANTÓN ZARUMA

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>2</b>	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	docplayer.es Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	cazova.files.wordpress.com Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>7</b>	Submitted to Universidad Manuela Beltrán Virtual Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>8</b>	Submitted to Aliat Universidades	



Firmado electrónicamente por:

**WILLIAM  
ROLANDO  
QUIMI  
DELGADO**

Firma: \_\_\_\_\_

PhD. Quimi Delgado William Rolando

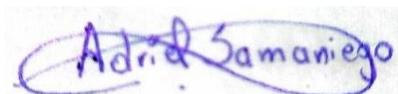
C.C. 0907951909

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOSPATRIMONIALES

El estudiante egresado SAMANIEGO PILAY WILSON ADRIEL, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, “BENCHMARKING, UNA HERRAMIENTA PARA CAPTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN EL LABORATORIO CHAN DEL CANTÓN ZARUMA”, corresponde totalmente a él suscrito y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor,



Firma: \_\_\_\_\_

Samaniego Pilay Wilson Adriel  
C.I. 0705655736

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “BENCHMARKING, UNA HERRAMIENTA PARA CAPTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN EL LABORATORIO CHAN DEL CANTÓN ZARUMA”, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “BENCHMARKING, UNA HERRAMIENTA PARA CAPTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN EL LABORATORIO CHAN DEL CANTÓN ZARUMA”, presentado por el estudiante SAMANIEGO PILAY WILSON ADRIEL como requisito previo, para optar al Título de Licenciado en Administración de Empresas, encontrándose apto para su sustentación.



Firmado electrónicamente por:

**WILLIAM  
ROLANDO  
QUIMI  
DELGAD  
O**

Firma: \_\_\_\_\_

PhD. Quimi Delgado William Rolando  
C.C. 0907951909

## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a este logro en primer lugar a mi familia por ser motivo principal para conseguir este título profesional. A mi hija Amelia Eduarda; a mis padres Alexandra Pilay y Wilson Samaniego; a mis hermanos Marjorie y Derian las personas que han brindado apoyo y han sido el respaldo importante en toda situación.

Agradezco a mi Tutor William Quimi, por ser la guía necesaria para aclarar dudas y colaborar en este proyecto con sus conocimientos.

**Wilson Adriel Samaniego Pilay**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a Dios que me ha brindado fe, salud y vida, para realizar este duro trabajo y así poder lograr esta meta de ser licenciado en Administración de empresas.

A mi padre y madre les doy las gracias por su esfuerzo y sacrificio contribuyeron significativamente a lo largo de mi carrera universitaria. Además, quiero dedicar este trabajo a mi hija, mis hermanos, mis amigos y colegas que me han apoyado a lo largo de mi carrera universitaria.

**Wilson Adriel Samaniego Pilay**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	2
1.1 Tema .....	2
1.2 Planteamiento del Problema .....	2
1.3 Formulación del Problema.....	2
1.4 Sistematización del Problema .....	2
1.5 Objetivos de la investigación.....	3
1.5.1 Objetivo General.....	3
1.5.2 Objetivos Específicos.....	3
1.6 Idea a Defender (investigaciones cualitativas o mixtas) / Hipótesis (investigaciones cuantitativas).....	3
1.7 Delimitación del problema.....	3
1.8 Idea a Defender.....	4
1.9 Justificación de la investigación .....	4
1.10 Líneas de investigación .....	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO .....	6
2.1 ANTECEDENTES REFERENCIALES .....	6
2.1.1 Antecedentes locales .....	6
2.1.2 Antecedentes nacionales .....	7
2.2 BASE TEORICA REFERENCIAL.....	9
2.2.1 El proceso del benchmarking y la automatización .....	10
2.2.2 Benchmarking interno .....	12
2.2.3 Benchmarking competitivo .....	13
2.2.4 Benchmarking funcional (genérico).....	13
CAPÍTULO III.....	15
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
3.1 Enfoque de la investigación: cuantitativo, cualitativo o mixto .....	15
3.2 Métodos que se van a utilizar .....	15
3.3 Alcance de la investigación .....	15
3.3 Técnica e instrumentos para obtener los datos.....	16
3.4 Método de la investigación.....	16
3.4.1 Método inductivo.....	16
3.4.2 Método deductivo .....	16
3.4.3 Método estadístico .....	16
3.5 Población y muestra.....	17
3.6 Resultados de la encuesta .....	18

3.7.Resultado de las encuestas .....	20
3.8.Resultados de la observación .....	34
3.8.1. Ficha N°1 de observación.....	34
3.8.2 Ficha N°2 de observación.....	36
3.9Informe General .....	38
3.9.1 Ficha de cotejo.....	38
3.10Titulo de la propuesta.....	39
3.11Análisis de la situación de laboratorio Chan .....	39
3.11.1 Análisis PESTEL.....	39
3.11.2Análisis FODA .....	40
3.12Flujo de la propuesta .....	41
3.13Desarrollo de la propuesta.....	41
3.13.1.Estrategia de servicio al cliente .....	41
3.13.2.Estrategia De Promoción .....	42
3.13.3.Estrategia De Comunicación .....	43
3.13.4.Estrategia De Plaza (Cobertura) .....	44
3.14Plan de acción .....	45
3.15Plan financiero .....	46
CONCLUSIONES.....	48
RECOMENDACIONES .....	49
REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA .....	50
ANEXOS.....	51

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 Población .....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 2 Tamaño de la muestra .....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 3 Edad de los encuestados en la Ciudad de Zaruma .....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 6 Realización de exámenes médicos.....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 7 Motivo por el cual se realiza exámenes médicos .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 8 Motivos principales por lo que si se realiza exámenes médicos .....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 9 Laboratorio en donde se realiza exámenes médicos .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 10 Segunda opción de laboratorio.....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 11 Exámenes médicos en el Laboratorio Clínico Chan .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 12 Aspectos Negativos del Laboratorio Clínico Chan .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 13 Medios de Comunicación.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 14 Recomendaría el Laboratorio Clínico Chan.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 15 Volvería a utilizar los servicios de Laboratorio Chan .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 17 Ficha de Observación 1 .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 18 Ficha de observación 2.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 19 Ficha de cotejo .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 20 PESTEL en la implementación de la propuesta .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 21 FODA En la implementación de la propuesta .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 22 Plan de acción.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 23 Proyección de Venta .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 24 TIR, VAN .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 25 Balance General Proyectado del Laboratorio Clínico Chan.....</b>	<b>48</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Delimitación Espacial del Laboratorio Clínico Chan .....	<b>3</b>
<b>Figura 2</b> Edad de los encuestados en la ciudad de Zaruma .....	<b>20</b>
<b>Figura 3</b> Sexo de los encuestados.....	<b>21</b>
<b>Figura 4</b> Laboratorios Clínicos en la Ciudad de Zaruma .....	<b>22</b>
<b>Figura 5</b> Realización de exámenes médicos .....	<b>23</b>
<b>Figura 6</b> Motivo por el cual se realiza exámenes médicos.....	<b>24</b>
<b>Figura 7</b> Motivos principales por lo que si se realiza exámenes médicos .....	<b>25</b>
<b>Figura 8</b> Laboratorio en donde se realiza exámenes médicos .....	<b>26</b>
<b>Figura 9</b> Segunda opción de laboratorio.....	<b>27</b>
<b>Figura 10</b> Exámenes médicos en el Laboratorio Clínico Chan.....	<b>28</b>
<b>Figura 11</b> Aspectos Negativos del Laboratorio Clínico Chan.....	<b>29</b>
<b>Figura 12</b> Medios de Comunicación.....	<b>30</b>
<b>Figura 13</b> Recomendaría el Laboratorio Clínico Chan.....	<b>31</b>
<b>Figura 14</b> Volvería a utilizar los servicios de Laboratorio Chan .....	<b>32</b>
<b>Figura 15</b> Aspectos positivos del Laboratorio Chan.....	<b>33</b>
<b>Figura 16</b> Flujo de Propuesta .....	<b>41</b>

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO 1 FORMATO DE LA ENCUESTA .....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXO 2 FICHA DE OBSERVACIÓN 1.....</b>	<b>53</b>
<b>ANEXO 3 Evidencia del Laboratorio clínico Chan .....</b>	<b>55</b>

## INTRODUCCIÓN

Los laboratorios clínicos son donde los técnicos y profesionales analíticos clínicos analizan muestras biológicas humanas que ayudan en la investigación, prevención, diagnóstico y tratamiento de enfermedades.

En un laboratorio clínico, las muestras biológicas son analizadas por diferentes especialidades analíticas, como la bioquímica -también conocida como química clínica, en el laboratorio clínico. Obtienen y estudian una variedad de muestras biológicas como sangre, orina, heces, líquido sinovial (articulación), líquido cefalorraquídeo, vaginales y otros tipos de muestras. El benchmarking es un método recomendado en las organizaciones empresariales para diagnosticar una organización respondiendo con éxito a la necesidad de información ambiental y competitiva al compararla con otras organizaciones con similitudes similares o cercanas y lejanas, demostrando su eficacia al proporcionar mejores condiciones y una referencia más amplia para la toma de decisiones, y se prepara para una competencia cada vez mayor a medida que comprende las mejores prácticas y crea un entorno colaborativo. Una buena comprensión del alto rendimiento y los factores que promueven o permiten mejorar, promover la mejora de procesos y lograr la calidad general o la mejora continua.

El benchmarking en las empresas muchas veces significa una competencia colaborativa entre organizaciones que necesitan información sobre cómo trabajan y qué resultados están obteniendo otras empresas, por lo que formal o informalmente acuerdan hacer esta comparación entre ellas, y se aseguran de brindar la información necesaria para comparar llamadas de este punto de referencia externo o entre organizaciones.

La evaluación comparativa funcional produce conocimiento de las áreas que se pueden mejorar, su forma de fusión parcial o total entre empresas para asegurar su supervivencia y desarrollo, pero obviamente, esto requiere autorización y acuerdo entre empresas para su ejecución. Cuando se requiere un diagnóstico comparativo interno entre áreas, plantas, departamentos o procesos de una misma empresa, un acuerdo para brindar información y compartir resultados es más sencillo ya que solo es necesario Acuerdo interno. El benchmarking es una técnica que consiste en elegir un estándar de comparación para evaluar la efectividad de una actividad, para lo cual es necesario comprender las principales diferencias, ventajas, justificación y especificaciones de los dispositivos en el mercado, sus capacidades y los laboratorios que típicamente los requieren y tipo de hospital. Proporcionar materiales para estudiantes en carreras Q.F.B para promover su acceso y comprensión de las tecnologías actuales.

## CAPÍTULO I

### DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Tema

Benchmarking, una herramienta para captar y fidelizar clientes en el laboratorio Chan, para el cantón Zaruma.

#### 1.2 Planteamiento del Problema

La actividad minera ha sido parte de Zaruma hace muchos años y esto perjudica actualmente a las personas que viven y tienen sus negocios en el centro de la Ciudad. A finales de año 2021 se registró el nuevo socavón afectando a varias viviendas y se realizaron evacuaciones a 300 personas por su seguridad. Un problema en la ciudad en los últimos años lo único que ha logrado es que tome más poder y la solución a la ciudadanía es vivir con ruido de explosivos en las noches, el impacto ambiental y el riesgo que en cualquier momento se produce otro desastre similar.

Por ese motivo entre las decisiones tomadas por seguridad se realizó un cambio de dirección del Laboratorio Chan de la Calle San Francisco (Centro de Zaruma) a la calle Alonso de Mercadillo sector Sur de Zaruma, desde una perspectiva de proveedores el estar seguros fue una prioridad, esto sumando los varios factores para realizar el cambio también se determinó el servicio de calidad al paciente, garantizar confiabilidad y una buena relación con cada cliente no tenía que perjudicar la acción de haber cambiado al dirección del establecimiento, sin embargo la afluencia de personas y la facilidad del acceso por el sector perjudico un 60% las visitas, al ser un negocio con afluencia irregular evidencia una pérdida de participación de mercado, el bajo nivel de fidelización y es posible que mejoras en los servicios de la competencia.

El laboratorio Chan ofrece servicios que incluyen extracción de sangre, provisión de recipientes para muestras de orina, esputo y heces, pruebas de glucosa y pH en sangre, pruebas de tuberculina, tiempos de sangrado, pruebas especiales, entre otros.

Los puntos de referencia aplicados en este trabajo nos permitirán comprender el impacto positivo que genera mantener un cliente en el mercado.

#### 1.3 Formulación del Problema

¿Cómo el desarrollo del benchmarking permitirá la captación y fidelización?

#### 1.4 Sistematización del Problema

- ¿Cómo ayudaría la segmentación de mercado en las preferencias y gustos de los clientes?
- ¿Cuáles son las estrategias que debe implementar el laboratorio Chan?
- ¿Cuáles son las medidas para captar y fidelizar sus clientes?

## 1.5 Objetivos de la investigación

### 1.5.1 Objetivo General

Desarrollar benchmarking para la captación y fidelización de clientes del laboratorio Chan.

### 1.5.2 Objetivos Específicos

1. **Identificar las bases teóricas para el desarrollo efectivo del benchmarking en el presente estudio.**
2. **Determinar acciones para atraer clientes y fidelizar.**
3. **Analizar procedimientos de mejora y eficiencia en el laboratorio para atraer clientes.**

### 1.6 Idea a Defender (investigaciones cualitativas o mixtas) / Hipótesis (investigaciones cuantitativas)

1. **Generar un plan de fidelización que permita el incremento de venta en el Laboratorio**
2. **Si se identifica factores internos y externos que afecten al cliente para visitar el laboratorio que abordar al cliente y conocer las principales razones de incomodidad**
3. **Para determinar acciones para atraer clientes y potenciarlos en el tiempo tenemos que establecer estrategias para mejorar.**
4. **Para analizar el impacto de generar procesos para mejorar el servicio al cliente tenemos que determinar con los usuarios cuales son las principales oportunidades y lo que necesitan.**

## 1.7 Delimitación del problema

### Delimitación Espacial:

Provincia del ORO - cantón Zaruma, parroquia Zaruma

Figura 1 Delimitación Espacial del Laboratorio Clínico Chan



**Fuente:** Google Maps

### **Delimitación temporal:**

Abril 18- Agosto 2022 especifica la temporalidad que se va a estudiar el proyecto de investigación

### **1.8 Idea a Defender**

La implementación del benchmarking en laboratorios Chan permitirá captar nuevos clientes y fidelizarlos.

### **1.9 Justificación de la investigación**

La presente investigación es justificable ya que demuestra ser viable, importante y original. Este estudio se realizará en El Laboratorio Clínico Chan, ubicada en el cantón Zaruma, donde se propone la Implementación del benchmarking.

El laboratorio clínico es una herramienta importante en el campo médico, ya que a través de él se pueden diagnosticar diferentes enfermedades y patologías, además se realizan estudios para determinar el tipo de tratamiento que se le debe dar al paciente y el tratamiento posterior. Un paciente o usuario llega a un laboratorio para un examen clínico, y los bacteriólogos y el personal de apoyo cuentan con ese paciente para recibir los servicios adecuados de diversas formas, ya sean científicas o humanas, y los profesionales de la salud deben poder brindar esa asistencia integral. Cada prueba de laboratorio clínico debe ser realizada individualmente al paciente, siempre guiada por parámetros profesionales y éticos. Sorprendentemente, la realidad va en contra de los ideales profesionales al jugar con la vida y la salud de las personas.

Por falta de presupuesto o por descuido de los profesionales de la salud, la prestación de los servicios médicos, en especial los de diagnóstico clínico, carece de la infraestructura y el equipamiento adecuados, que los avances tecnológicos han puesto al alcance de la mano. actividades específicas. En muchos de estos laboratorios, las condiciones antihigiénicas y el descuido prevalecen en forma de muestras perdidas, o peor aún, muestras mezcladas, inconvenientes para los pacientes que tienden a deteriorarse después de un tratamiento inadecuado. Además, la pérdida de credibilidad es una gran desventaja para los pacientes en este sector importante. Es por ello que considerando las necesidades de las personas que se preocupan por su salud, es necesario buscar constantemente satisfacer sus necesidades, es por ello que se plantean estudios de investigación para determinar las necesidades de los residentes y profesionales médico.

### **1.10 Líneas de investigación.**

- Línea 4: Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.**
- Dominio 1: Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria (ULVR, s.f.)**

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 ANTECEDENTES REFERENCIALES

##### 2.1.1 Antecedentes locales

Según los Autores (Merchán Rugel Vanessa Kathiuska, Salinas Romero Viviana Vanessa y Zambrano Romero Digna Filadelfi, 2018) la Universidad De Guayaquil, en su trabajo de titulación denominado “Mejoramiento del entorno laboral de los visitadores médicos del grupo DIFARE.”

Como metodología de investigación, indica que se utilizarán métodos que sean de ayuda para estudiar o examinar el objeto de investigación, este será un análisis exhaustivo, intentar investigar a los propios representantes de ventas farmacéuticas, explorar algunas relaciones aparentes, recopilar varios elementos de los hallazgos en forma hipotética. enfoque, hacer suposiciones o conjeturas para construir una explicación de un problema.

Como propuesta de este proyecto radica que el benchmarking es una herramienta que identifica y analiza procesos realizados por otras empresas con el fin de obtener información que ayude a detectar nuevas prácticas y mejoras en la empresa.

En cuanto a la conclusión es que el propósito de este enfoque es resaltar y descubrir las mejores prácticas adoptadas y para finalizar como su conclusión fue que el desempeño laboral de los empleados está influenciado en gran medida por incentivos que dificultan la contribución por falta de nuevas ideas y de alguna manera les impiden dar valor agregado a su trabajo.

Según el autor (Merchán Aguilar, Nixon Ronal, 2018) de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, en su trabajo de titulación dominado “Sistema de gestión y control para el área de Laboratorio Clínico y Enfermería del Dispensario Médico de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil”

Como metodología de la investigación, se indica que para ello se establecen diferentes tipos de investigación, una misma investigación se puede categorizar por su método, objeto de investigación, propósito, diseño, profundidad y método aplicado, una misma investigación se aplica de acuerdo a la complejidad de la investigación. Este análisis puede mejorar los productos o servicios brindados a los clientes con el fin de establecer mejores estrategias y prácticas para el progreso continuo y orientado al cliente.

Como propuesta de proyecto radica que el benchmarking permite comprender los movimientos de los competidores de 1920 y permite adaptarse a las necesidades del negocio y proponer acciones correctivas de acuerdo con el momento y situación que vive la empresa.

De la investigación realizada en la clínica médica de la UCSG se verificó que es técnicamente factible implementar un sistema web para automatizar procesos para mejorar la administración, control de pacientes y entrega de resultados de exámenes de manera que estos procesos sean más seguros y eficientes.

Como conclusión se enfocan en el funcionamiento y operatividad del sistema, y el aprovechamiento de todas sus funcionalidades, es necesario contratar el servicio de hosting, para lo que el dispensario médico requiere que en su presupuesto anual se incluya este rubro.

Según los autores (Sandy Alicia Valarezo Ortega y Diego Andres Loyola Aray, 2018) de la Universidad Laica “Vicente de Rocafuerte” de Guayaquil, en su trabajo de titulación dominado “Plan de marketing para la promoción productos farmacéuticos de la empresa Goldfarma S.A.”

Como metodología de la investigación radica que puede comprender el entorno social de los clientes actuales y potenciales de Goldfarma, lo que le ayudará a proponer mejor los planes de marketing. Por otro lado, el análisis cuantitativo ayudó a los autores de este estudio a recopilar información numérica sobre el comportamiento histórico de ventas de la empresa.

Como conclusión radica que Goldfarma S.A. se encuentra en su quinto año de labor comercial, por lo que puede considerarse una empresa nueva en el mercado, esta es una de las principales razones por las que no ha posicionado sus productos en el mercado.

Recomienda que para tales empresas, es bueno considerar el marketing como una herramienta importante para promover la marca y sus productos en el mercado. Aumentar la fuerza de ventas para un mayor alcance y un mejor enfoque y servicio a los clientes.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

Según los autores (Adrián Alejandro Cumbal Jiménez y Julia Edith Villarreal Erazo) de la Pontificia Universidad católica del Ecuador, en su trabajo de titulación dominado “Diseño de un plan de marketing estratégico para un laboratorio clínico privado de baja complejidad de atención de la ciudad de Quito”

Como metodología de la investigación garantiza la inclusión de todas las variables relevantes para la organización, lo que permite descifrar el estado actual, el avance y la evolución del

desarrollo de la institución al identificar tendencias en el entorno de la empresa, las cuales son externas e incontrolables, pero tienen una decisión que afecta a la empresa, afectando su Desempeño o la modificación de las estrategias del laboratorio y de toda la industria.

Como conclusión de este análisis se desprende que debido al enfoque de precios basados en costos que abarata los precios, el poder de los competidores es mayor frente a los laboratorios clínicos privados, lo que posibilita la formación de alianzas estratégicas con proveedores nacionales e internacionales, permitiéndoles invertir en plataformas tecnológicas, sitios web y tiendas virtuales enfocándose más en las redes sociales

Como recomendación es promover resultados concretos en la estrategia del proceso anual

de adquisiciones, se propone separar las funciones administrativas y operativas del analista, especialmente en lo que respecta a la gestión y control de inventarios. Se recomienda contratar a un profesional que se encargue e implemente un sistema de control de inventarios según el método ABC, esto evitará compras atrasadas e innecesarias y así mejorar el proceso de fijación de precios.

Según el autor (Mario Andrés Erazo Merino, 2018) de la Universidad Andina Simón Bolívar, en su trabajo de titulación dominado “Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador”

Como metodología de la investigación su enfoque de fuerza radica en el análisis del entorno y el seguimiento de tecnologías potencialmente disruptivas. El análisis técnico involucra una amplia gama de variables a través de las cuales se pueden desarrollar planes que combinan objetivos a corto y largo plazo con soluciones técnicas específicas. Las hojas de ruta tecnológicas se pueden aplicar a nuevos productos, procesos o tecnologías emergentes. Obteniendo como resultado una planeación estratégica y de oportunidades con el fin de identificar las oportunidades y amenazas para el área tecnológica en proceso.

Como conclusión esta titulación tiene como objetivo general de la investigación presentar el análisis situacional de la innovación en las empresas del Ecuador mediante el análisis de los datos obtenidos de las fuentes secundarias y primarias.

Complementar la información preliminar proporcionada por INEC y OMPI con datos de primera mano de entrevistas en profundidad proporciona una imagen más precisa del panorama de innovación de Ecuador, complementada con experiencias del mundo real de empresas innovadoras y organizaciones que impulsan la innovación en Ecuador.

Como recomendación de los esfuerzos de los países para medir la innovación deben comenzar con una evaluación de la comprensión del concepto de innovación por parte de la organización, a fin de interpretar las respuestas obtenidas de manera más realista y evitar distorsionar los resultados.

Por ello se recomienda crear programas de comunicación para socializar conceptos innovadores y promover la innovación a la investigación.

## **2.2 BASE TEORICA REFERENCIAL**

Según la autora (Morales Díaz, Katherine Alejandra, 2018) de la Universidad Católica del Maule, en su trabajo de titulación denominado “Sistema de gestión y control de inventario en laboratorio de ciencias”

Durante el desarrollo de benchmarking se analizó el tema relacionado con el mercado dando ideas para incluir prototipos en las partes funcionales como no funcionales para la construcción lógica del sistema. La optimización es la creación de prototipo informático de un sistema para utilizar los recursos de una manera más eficiente, con el fin de analizar la situación actual, necesidades, insumos, equipos, procedimientos y registros a través de diagnósticos.

Según la autora (Perla Viviana Vieyra Padilla) de la Universidad Nacional Autónoma de México, en su trabajo de titulación dominado “Benchmarking en equipos automatizados de hematología y química clínica en el laboratorio clínico”

Se enfoca en establecer aquellos factores que serán analizados a través del benchmarking para identificar parámetros de tecnología en los equipos de hematología y química sanguínea, cuya mejora permitirá la obtención de mejores resultados para los pacientes para un mejor tratamiento.

Una de sus estrategias claves es el benchmarking se puede utilizar para evitar diferencias entre los distintos mercados nacionales históricamente distintos y separados, que son frecuentes y que requieren que las estrategias de marketing, las características del servicio y las prácticas operativas se adecuen al usuario y por lo tanto se adapten a las condiciones de un país.

Según el autor (Ferrari Carlevari, Mauro, 2017) de la Universidad de Chile, en su trabajo de titulación dominado “Diseño de un modelo de Benchmarking para evaluar competitividad en el mercado de cirugías del sector privado de salud”.

Este proyecto se enfoca en Caracterizar e identificar los principales procedimientos hospitalarios del sector privado y nace un benchmark que permite identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el mercado de las cirugías, se espera que este sea un insumo para la fijación de metas, diseño de estrategias comerciales y apoyo en negociaciones entre prestadores y aseguradoras.

### **2.2.1 El proceso del benchmarking y la automatización**

Se deben plantear referentes teóricos, preferentemente de los últimos 5 años, sin desestimar autores clásicos sobre el problema investigado y la o las variables, enmarcando estudios y trabajos previos, referencias bibliográficas, tesis, artículos científicos de bases locales, regionales y mundiales, estadísticas y metodologías sobre el tema.

El uso de métodos de análisis de sangre automatizados en todas las áreas mejora la eficiencia operativa del laboratorio, proporciona resultados altamente específicos, es más rápido y requiere menos participación humana. Sin embargo, es valioso para mejorar la toma de decisiones efectivas en el tratamiento, la intervención y la seguridad de los implantes. También cabe mencionar que la calidad de los resultados que brinda el dispositivo es la más confiable para poder brindar a los pacientes un excelente Dx (diagnóstico clínico) en todas las áreas de interés del laboratorio. Y, por supuesto, confirmado por los químicos mencionados.

La automatización puede manejar una gran cantidad de decisiones que han comenzado a ser solicitadas por el laboratorio, lo que permite evaluaciones precisas al identificar el estado de salud y el empeoramiento de la enfermedad de los pacientes en la sala de emergencias en minutos. Decisiones sobre el tratamiento a seguir y la investigación a realizar a partir del mismo. La automatización ha tenido un impacto decisivo en el desarrollo de nuevos métodos y nuevas pruebas.

Debido a la mayor precisión del análisis, algunos métodos actuales no serían posibles sin la automatización. Debido a la alta demanda de los usuarios, paulatinamente se están abriendo oficinas con diferentes ubicaciones estratégicas para garantizar la cobertura y accesibilidad de la prestación del servicio y acortar los tiempos de prestación del servicio. Actualmente numerado para análisis clínico y salvando la vida de muchos ofrecen una amplia gama de servicios médicos para satisfacer las necesidades de las personas.

La automatización es muy importante ya que ayuda a identificar diferentes tratamientos para pacientes en instituciones gubernamentales o privadas de manera más precisa, precisa, concreta

y más rápida, reduciendo las expectativas y la calidad de vida de los pacientes. Desde una perspectiva laboral, es importante evitar el error humano, administrar la información de manera eficiente y permitir que los trabajadores se concentren en otras actividades.

Organizaciones (gubernamentales o particulares) de personal y personal que se convierten en expertos en la materia porque pueden concentrar sus recursos económicos en el suministro de más cantidad y/o calidad debido al tratamiento y preocupaciones de los pacientes. Reducir números es un ciclo continuo y económicamente productivo. La automatización, por otro lado, es un sistema de control destinado a controlar procesos con una participación humana mínima, y los humanos son conocidos como operadores.

Al manipular los valores de referencia, el sistema de control es responsable del procesamiento de la información, la evaluación de la información y la ejecución de tareas a través de mecanismos electrónicos, hidráulicos y de potencia.

Los objetivos de la automatización son:

- **Mejorar la productividad del laboratorio, reduciendo los costes de la producción y mejorando la calidad de esta.**
- **Mejorar las condiciones de trabajo del personal e incrementando la seguridad**
- **Mejorar la disponibilidad de los productos, pudiendo proveer las cantidades necesarias en el momento preciso.**
- **Conocimientos para la manipulación del proceso productivo.**
- **Integrar la gestión y producción**

Existen diferentes tipos de automatización como son:

- **La automatización fija se utiliza cuando el volumen de producción es muy alto. Por lo tanto, los altos costos de diseñar equipos especializados para procesar exámenes con alta productividad y altas tasas de producción pueden justificarse económicamente.**
- **La automatización programada es su ciclo de vida más allá del valor de mercado del producto. Se usa cuando los volúmenes de producción son relativamente bajos y hay diversidad en la producción. En este caso, el equipo de producción está diseñado para acomodar variaciones en las configuraciones del producto; Esta modificación la hace un programa.**
- **La automatización flexible es más adecuada para una línea de producción mediana. esto**

es Sistemas con automatización fija y automatización software. Los sistemas flexibles generalmente consisten en una serie de estaciones de trabajo, interconectadas por sistemas de almacenamiento y procesamiento, y todas ellas están controladas por computadoras.

Se ha observado que las necesidades de los pacientes en diferentes países empiezan a surgir la convergencia de un modelo global ayuda a crear un mercado global. El nuevo estándar se puede utilizar para evitar diferencias históricas entre los mercados de diferentes países, estrategias de marketing distintivas, distintas, repetitivas y exigentes las características del servicio y los modos de operación se adaptan al usuario y, por lo tanto, adaptado a las condiciones del país.

El benchmarking es una herramienta estratégica asociada a la búsqueda rápida de competitividad empresarial comparando lo que hacemos con lo que hacen lo mejor en su clase y cómo lo hacen.

Hay diferentes clasificaciones de medida.

- **Benchmarking interno.**
- **Benchmarking competitivo.**
- **Benchmarking funcional.**

### **2.2.2 Benchmarking interno**

Consiste en identificar las mejores prácticas en los diversos departamentos, unidades operativas, etc. de la propia organización, para luego poder aplicarlas en otras áreas de la organización que tengan actividades similares. Se entiende por Benchmarking interno a las operaciones de comparación que se pueden efectuar dentro de una misma empresa, unidades de negocio o centros de beneficio, filiales o delegaciones. Esto, en general, es aplicable a grandes compañías, donde lo que se busca es ver qué procesos dentro de la misma compañía son más eficientes y eficaces. Así que se pueden establecer patrones de comparación con departamentos o secciones, tomándolos como estándar para iniciar procesos de mejora continua. Se procede a un chequeo interno de los estándares de la organización, para determinar formas potenciales de mejorar la eficiencia.

### **2.2.3 Benchmarking competitivo.**

El objetivo es identificar información específica acerca de los productos, procesos y resultados comerciales de los competidores y compararlos con los de la organización, es la comparación de los estándares de una organización, con los de otras empresas (competidoras). Este suele ser el más conocido por las empresas. Podemos observar, por lo tanto, cómo han funcionado nuevas tecnologías o métodos de trabajo en otras organizaciones. En general consiste en efectuar pruebas de comparación, así como investigaciones que permitan conocer todas las ventajas y desventajas de los competidores más directos, este trata de evaluar los productos, servicios y procesos de la organización con actividades similares que ha identificado como las más exitosas de la competencia. Se realiza entre competidores pertenecientes a un mismo sector o actividad. Requiere un intercambio recíproco. Este tipo de benchmarking se enfoca en la identificación de los productos, servicios y procesos de trabajo de los competidores directos de su organización. Su objetivo es identificar información específica y compararlos con los de su organización.

El benchmarking competitivo resulta de gran utilidad cuando la empresa busca posicionar los productos, servicios y procesos de la organización en el mercado. Una ventaja muy importante de este tipo de benchmarking es que las organizaciones que son analizadas emplean tecnologías, prácticas, canales de distribución, fuentes de empleo o proveedores internacionales que son idénticos o por lo menos similares. Además de estas ventajas posee otra la cual es el intercambio de información entre organizaciones, pero no sin antes aplicar las reglas básicas relativas a información delicada o sobre patentes.

### **2.2.4 Benchmarking funcional (genérico)**

Es la Comparación con compañías competidoras o no, que sean reconocida por ser las mejores prácticas o procesos que se quieren referenciar. El benchmarking funcional, identifica la práctica más exitosa de otra empresa, sea o no competidora, pero que se considera líder en un área específica de interés (INTERLAB). En muchos casos se puede utilizar información compartida entre empresas de diferentes sectores. Se lleva a cabo entre empresas de un mismo sector, pero que prestan servicios o suministran productos que no son competitivos directamente entre sí. Por tanto, el benchmarking funcional es aquel que comprende la identificación de

productos, servicios y procesos de trabajo de organizaciones que podrían ser y no son competidoras directas de su organización. El objetivo del benchmarking funcional es identificar las mejores prácticas de cualquier tipo de organización que posea una reputación de excelencia en el área específica que se esté sometiendo a benchmarking. Este tipo de benchmarking se puede enfocar en cualquier organización de cualquier industria.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Enfoque de la investigación: cuantitativo, cualitativo o mixto**

En cuanto a la metodología aplicada, se realizó la investigación en varios textos científicos relacionados con la realización de un benchmarking, siendo el principal objetivo profundizar la fidelización de clientes en las diversas etapas que lo caracterizan. En el caso de “Laboratorio Chan”, el principal propósito es captar y fidelizar clientes para incrementar una mejor rentabilidad del Laboratorio

#### **3.2 Métodos que se van a utilizar**

Con objetivos específicos en mente, este estudio de campo tiene un enfoque tanto: Cuantitativa se trabajó con número exacto de clientes para realizar la encuesta. Cualitativo, que se elaboraron 2 fichas de observación para recopilar datos para un mejor análisis del entorno del mercado. En esta ficha se puede recolectar la información del objeto de estudio para así analizarla de forma organizada y desarrollar la investigación.

#### **3.3 Alcance de la investigación**

##### **Tipo: exploratorio**

El desarrollo de esta encuesta es de tipo exploratorio, ya que busca formular preguntas con el fin de aclarar o modificar conceptos en futuras investigaciones para encontrar oportunidades de aplicaciones de benchmarking. El análisis descriptivo se realiza a través de investigaciones cuantitativas, a través de encuestas que buscan describir fenómenos del entorno externo, como la economía, la competencia y el perfil de demanda de cada cliente. Al tratar de comparar las principales acciones de posicionamiento y desarrollo de "Laboratorio Chan"; es necesario asesorar a los clientes para la acción dentro de un período de tiempo predeterminado con estrategias diseñadas para atraerlos y retenerlos.

Finalmente, la encuesta también fue presencial, ya que los datos fueron recopilados de los clientes de "Laboratorio Chan". La investigación de campo nos permite recoger datos directamente de la realidad y permite acceder a la información directa en relación con un problema.

### **3.3 Técnica e instrumentos para obtener los datos:**

#### **ENCUESTA**

Para el análisis de los datos recolectado en relación con el método cuantitativo, se realizó la encuesta donde se aplicó un cuestionario estructurado, sencillo, con preguntas objetivas y de fácil comprensión por parte del entrevistado hacia los clientes de Laboratorio Chan, entre otros, se logró hacer la encuesta a 100 entrevistados

#### **OBSERVACIÓN**

Para el método de observación se realizó 2 fichas de observación para diferente laboratorio, donde se dio a conocer varios puntos de dimensión como: Servicio del laboratorio, Atención al público, Precio del servicio y Características del lugar, cumpliendo el propósito esperado de conocer los Pro y los contras de cada laboratorio con el fin de una mejora para el Laboratorio Clínico Chan.

### **3.4 Método de la investigación**

#### **3.4.1 Método inductivo**

Se revisó el trabajo práctico entre los desarrolladores de la investigación y los participantes para obtener las conclusiones y recomendaciones generales de la encuesta y ejecutar el plan de benchmarking considerando la perspectiva de las características competitivas y el comportamiento del consumidor. La ficha de observación nos brinda una mejor perspectiva de mejora del laboratorio, es decir, es una de las técnicas de observación más reconocidas que se utiliza para comparar las fortalezas y debilidades de cada laboratorio. Nuestro propósito es verificar por escrito lo que está sucediendo en cada laboratorio. Obteniendo resultados reales con el fin de obtener y brindar un mejor servicio.

#### **3.4.2 Método deductivo**

Aplicando este método, se obtienen soluciones favorables para el benchmarking a través de la observación, mediante la contratación de propuestas idóneas para “Laboratorio Chan”, realizando benchmarking básico para optimizar las ventas y mejorar sus servicios. Dando a conocer por mediante la encuesta lo que cada cliente necesita, enfocándonos en sus necesidades y comodidades para una mejor del Laboratorio Chan y así poder brindar un mejor servicio con el fin de captar y fidelizar nuestros clientes.

#### **3.4.3 Método estadístico**

Este enfoque se utiliza para gestionar datos cualitativos y cuantitativos, a través de los cuales

se pueden definir puntos de referencia y acciones detalladas para optimizar los recursos existentes con el fin de captar y fidelizar a sus clientes.

### 3.5 Población y muestra

La población se la considera como el conjunto de personas que comparten características comunes en un contexto dado con el propósito de lograr resultados que permitan solucionar una determinada dificultad. En el presente proyecto por desconocerse la población se obtendrá el muestreo con la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

- n Tamaño de la muestra
- z Estadístico de la distribución Normal estándar. Su valor depende del nivel de confianza
- p Probabilidad de éxito (Proporción esperada)
- q Probabilidad de fracaso (1-p)
- e Error máximo admisible

**Tabla 1 Población**

NC	9000
p	0.5
q	0.5
e	0.1
Z	1.96

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**Tabla 2 Tamaño de la muestra**

<b>TAMAÑO ADECUADO DE LA MUESTRA</b>
<b>96.04</b>
<b>97</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

### 3.6 Resultados de la encuesta

#### ENCUESTA

Buenos Días / Buenas Tardes estimado se está realizando un análisis sobre la capacidad de clientes para la ciudad de Zaruma. La encuesta tomará 3 minutos, y las respuestas serán totalmente anónimas.

Edad: 20-30  31 – 40  41 – 50  51-60

Sexo: Femenino  Masculino

#### 1. Mencione 1 Laboratorio Clínico de la Ciudad de Zaruma

\_\_\_\_\_

#### 2. ¿Usted se realiza exámenes médicos?

Si  No

Si su respuesta es NO, pase a la pregunta 3 y fin de la encuesta. Si su respuesta es SI, pase a la pregunta 4

#### 3. ¿Indique cuál es el motivo por el cual no se realiza exámenes médicos? (Seleccione 1 opción)

No es necesario

Me realizo exámenes por enfermedad

Falta de prioridad

#### 4. ¿Cuáles son los motivos principales por los que si se realiza exámenes médicos? (Seleccione 1 opción)

Por enfermedad

Por control medico

#### 5. ¿Indique el Laboratorio donde se realiza exámenes médicos? (Seleccione 1 opción)

Laboratorio Clínico Chan

Laboratorio Clínico G&G

Zaruma LAB

#### 6. Si usted no accede al laboratorio de su confianza (el que mencionó en la pregunta anterior), ¿cuál sería el siguiente laboratorio al que usted iría?

Laboratorio Clínico Chan

Laboratorio Clínico G&G

Zaruma LAB

**7. ¿Se ha realizado exámenes médicos en el Laboratorio Clínico Chan? (Seleccione 1 opción)**

Si  No

Si su respuesta es Si, pase a la pregunta 7. Si su respuesta es NO fin de la encuesta

**8. ¿Me puede indicar aspectos Negativos del Laboratorio Clínico Chan? (Seleccione 1 opción)**

No tiene aspectos negativos

Ubicación

Precios altos

**9. De acuerdo con el laboratorio al que usted asiste ¿Por qué medio de comunicación se enteró? (seleccione 1 opciones)**

Radio

Redes Sociales

Amigos, familiar o conocido

**10. ¿Usted recomendaría el Laboratorio Clínico Chan? Siendo 1 el más bajo y 5 el más alto**

1  2  3  4  5

**11. ¿Volvería usted a utilizar los servicios de Laboratorio Chan?**

Si  No

**12. Menciones aspectos que tiene laboratorio Chan y que no poseen otros laboratorios**

Descuentos

Área de parqueo

Variedad de exámenes

### 3.7. Resultado de las encuestas

A continuación, se detalla los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la comunidad Zarumeña:

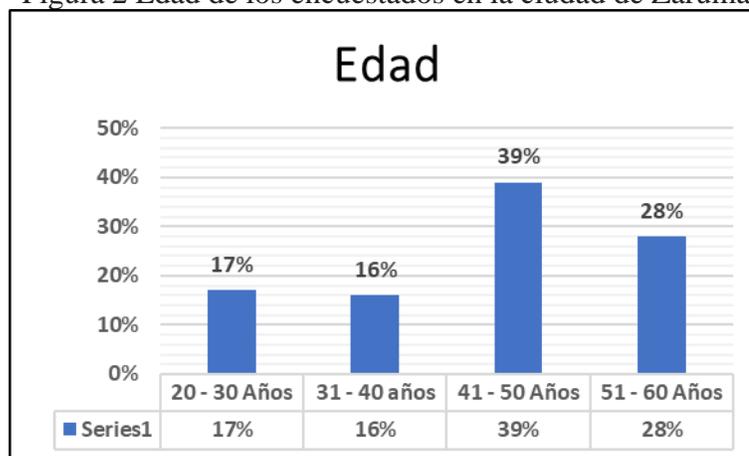
#### Edad de los encuestados

Tabla 3 Edad de los encuestados en la Ciudad de Zaruma

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
20 - 30 Años	17	17%	17	8%
31 - 40 años	16	16%	33	15%
41 - 50 Años	39	39%	72	32%
51 - 60 Años	28	28%	100	45%
TOTAL	100	100%	222	100%

Elaborado por: Samaniego (2023)

Figura 2 Edad de los encuestados en la ciudad de Zaruma



Elaborado por: Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** En el presente gráfico se muestra que la mayoría de los encuestados se encuentran en un rango de edad de 41 a 50 años representando el 39%, seguido del 28% de 51 a 60 años, un 17% con un rango de 20 a 30 años y finalmente el 16% de los encuestados se encuentran en un rango de 31 a 40 años de edad.

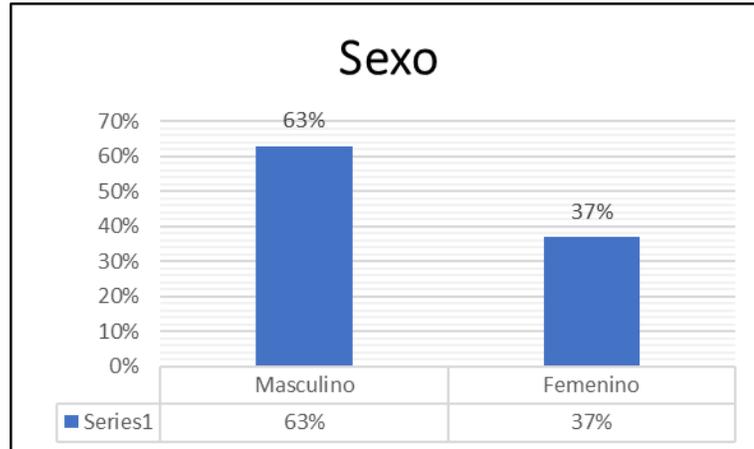
## Sexo de los encuestados en la Ciudad de Zaruma

Tabla 4 Sexo de los encuestados

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	63	63%	63	39%
Femenino	37	37%	100	61%
TOTAL	100	100%	163	100%

Elaborado por: Samaniego (2023)

Figura 3 Sexo de los encuestados



Elaborado por: Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** Tal como se puede apreciar en el presente gráfico el 63% de los encuestados en la ciudad de Zaruma representan al sexo masculino; mientras que el 37% se encuentra representado por el sexo femenino.

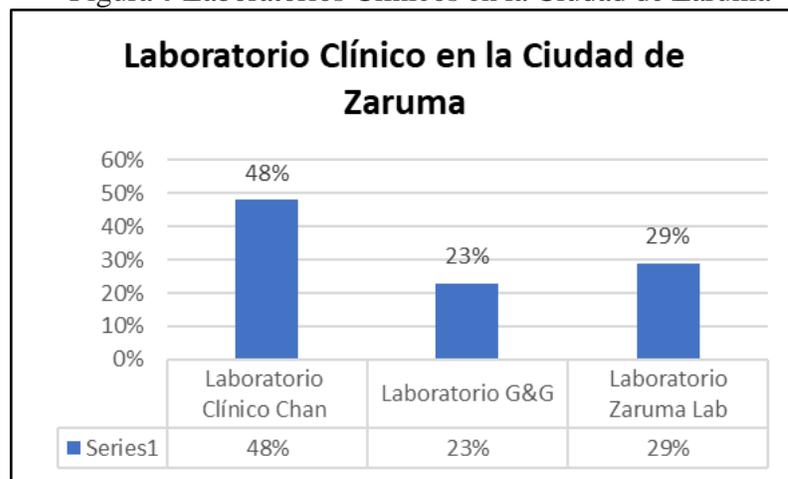
**1. Mencione un laboratorio clínico de la Ciudad de Zaruma**

**Tabla 5 Laboratorios Clínicos en la Ciudad de Zaruma**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
Laboratorio Clínico Chan	48	48%	48	22%
Laboratorio G&G	23	23%	71	32%
Laboratorio Zaruma Lab	29	29%	100	46%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>219</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**Figura 4 Laboratorios Clínicos en la Ciudad de Zaruma**



**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** De acuerdo a los resultados obtenidos se puede notar que el 48% de los encuestados mencionó al Laboratorio Clínico Chan, seguido del Laboratorio Zaruma Lab con un 29% y finalmente al Laboratorio G&G representado por el 23% de los encuestados.

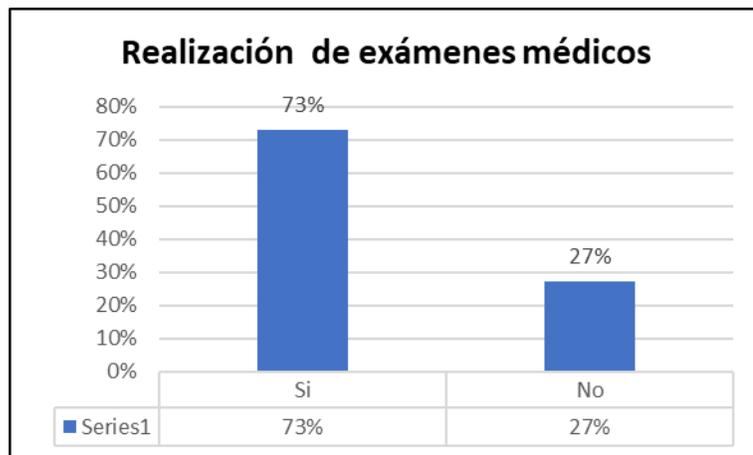
## 2. ¿Usted se realiza exámenes médicos?

Tabla 6 Realización de exámenes médicos

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	73	73%	73	42%
No	27	27%	100	58%
TOTAL	100	100%	173	100%

Elaborado por: Samaniego (2023)

Figura 5 Realización de exámenes médicos



Elaborado por: Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** En este caso, del total de los encuestados el 73% mencionó que si se realizan exámenes médicos; mientras que el 27% indicó que no se realizan exámenes.

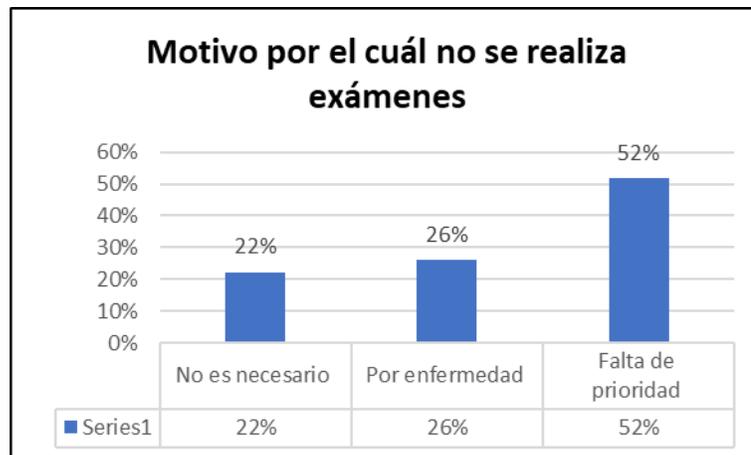
### 3. ¿Cuál es el motivo por el cual no se realiza exámenes médicos?

**Tabla 7 Motivo por el cual se realiza exámenes médicos**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
No es necesario	6	22%	6	13%
Por enfermedad	7	26%	13	28%
Falta de prioridad	14	52%	27	59%
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>46</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**Figura 6 Motivo por el cual se realiza exámenes médicos**



**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** En este punto, se puede notar claramente que un 52% de los encuestados consideran que no se realizan dichos exámenes por falta de prioridad, seguido del 26% quienes señalan por enfermedad y un 22% difieren de ellos ya que consideran que no es necesario realizarse exámenes.

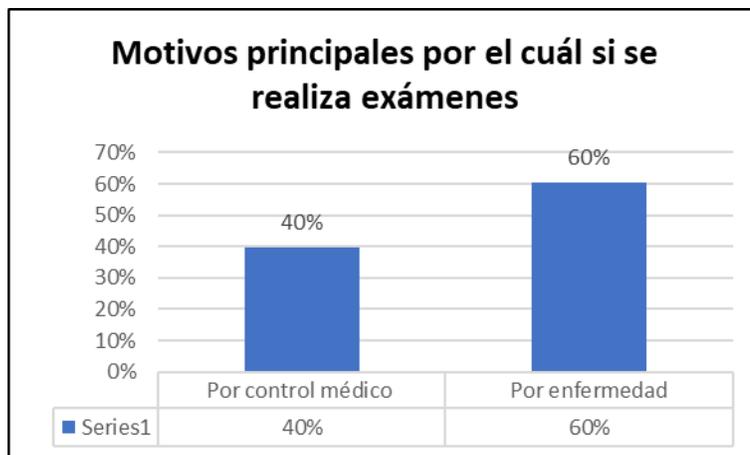
**4. ¿Cuáles son los motivos principales por los que si se realiza exámenes médicos?**

**Tabla 8 Motivos principales por lo que si se realiza exámenes médicos**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
Por control médico	29	40%	29	28%
Por enfermedad	44	60%	73	72%
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**Figura 7 Motivos principales por lo que si se realiza exámenes médicos**



**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** Una vez analizado el presente gráfico, se puede mencionar que del total de los encuestados, el 60% considera que es sumamente importante realizarse exámenes médicos por temas de enfermedad; mientras que el 40% de los encuestados difiere de ello y considera que se realizan exámenes de laboratorio por control médico.

5. ¿Indique el Laboratorio donde se realiza exámenes médicos?

Tabla 9 Laboratorio en donde se realiza exámenes médicos

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
Laboratorio Clínico Chan	39	53%	39	23%
Laboratorio G&G	21	29%	60	35%
Laboratorio Zaruma Lab	13	18%	73	42%
TOTAL	73	100%	172	100%

Elaborado por: Samaniego (2023)

Figura 8 Laboratorio en donde se realiza exámenes médicos



Elaborado por: Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** En este caso se puede notar que el Laboratorio Clínico Chan es el mas opcionado para la realización de exámenes médicos, ya que representa el 53% de los encuestados, seguido del Laboratorio G&G con un 29% y finalmente un 18% se realiza los exámenes en el Laboratorio Zaruma Lab.

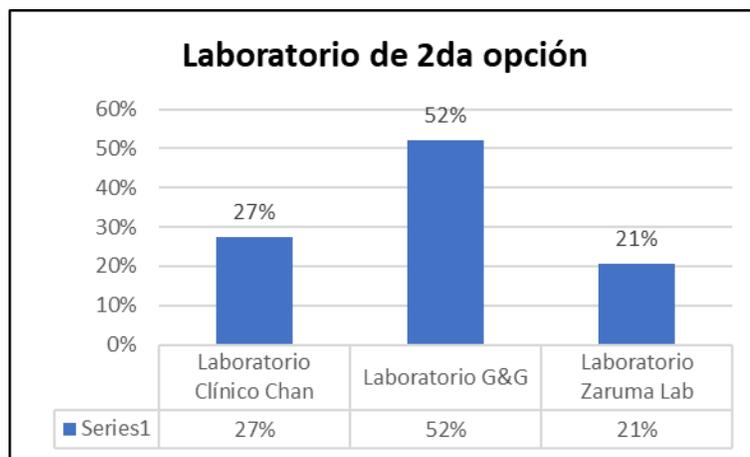
6. Si usted no accede al laboratorio de su confianza (el que mencionó en la pregunta anterior), ¿cuál sería el siguiente laboratorio al que usted iría?

**Tabla 10 Segunda opción de laboratorio**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
Laboratorio Clínico Chan	20	27%	20	13%
Laboratorio G&G	38	52%	58	38%
Laboratorio Zaruma Lab	15	21%	73	48%
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

Figura 9 Segunda opción de laboratorio



**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** Como se puede apreciar en el presente gráfico, el 52% de los encuestados consideran como una segunda opción para realizarse exámenes médicos al Laboratorio G&G, seguido del Laboratorio Clínico Chan con un 27% y finalmente el Laboratorio Zaruma Lab representado por un 21% de los encuestados.

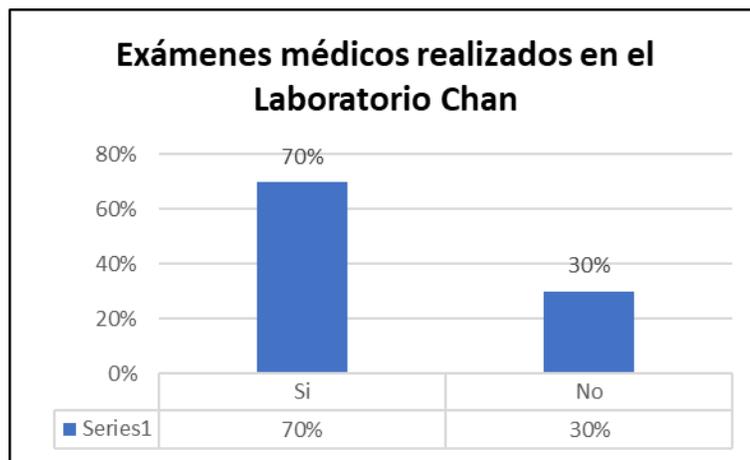
7. ¿Se ha realizado exámenes médicos en el Laboratorio Clínico Chan?

Tabla 11 Exámenes médicos en el Laboratorio Clínico Chan

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	51	70%	51	41%
No	22	30%	73	59%
TOTAL	73	100%	124	100%

Elaborado por: Samaniego (2023)

Figura 10 Exámenes médicos en el Laboratorio Clínico Chan



Elaborado por: Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** Del total de encuestados, en su mayoría representados por el 70% señalaron que si se han realizado exámenes médicos en el laboratorio clínico Chan; mientras que el 30% restante indica no haberse realizado exámenes en dicho laboratorio.

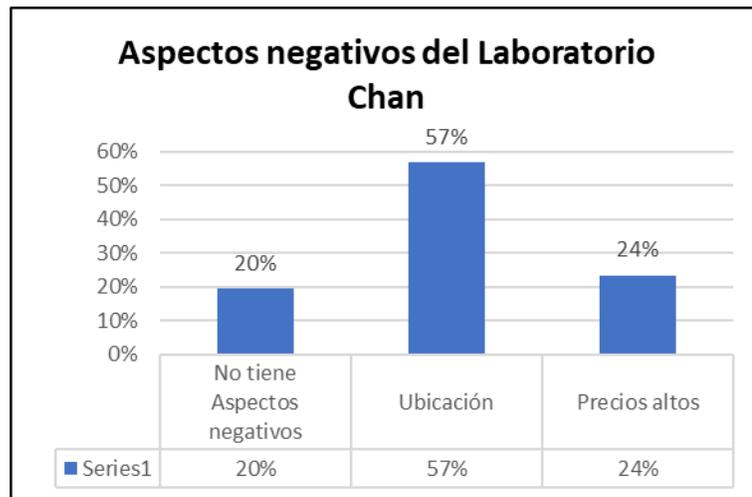
**8. ¿Me puede indicar aspectos Negativos del Laboratorio Clínico Chan?**

**Tabla 12 Aspectos Negativos del Laboratorio Clínico Chan**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
No tiene Aspectos negativos	10	20%	10	10%
Ubicación	29	57%	39	39%
Precios altos	12	24%	51	51%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

*Figura 11 Aspectos Negativos del Laboratorio Clínico Chan*



**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** En el presente gráfico se puede notar que el 57% de los encuestados consideran a la ubicación del laboratorio como un aspecto negativo; ya que éste se encuentra ubicado a las afueras de la ciudad y no en la zona céntrica. Por otra parte, el 24% manifiestan que sus precios son elevados; mientras que el 20% restante de los encuestados indican que en base a sus experiencias el laboratorio en mención no tiene aspectos negativos.

**9. De acuerdo con el laboratorio al que usted asiste ¿Por qué medio de comunicación se enteró?**

**Tabla 13 Medios de Comunicación**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
Radio	3	6%	3	4%
Redes Sociales	10	20%	13	19%
Familiares, amigos o conocidos	38	75%	51	76%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

*Figura 12 Medios de Comunicación*



**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** En este caso, se puede notar fácilmente que del total de encuestados el 75% menciona que conoce del laboratorio al que normalmente frecuenta gracias a familiares, amigos o conocidos. Por otro lado, el 20% indica que se enteró mediante redes sociales y tan solo el 6% por medio de la radio.

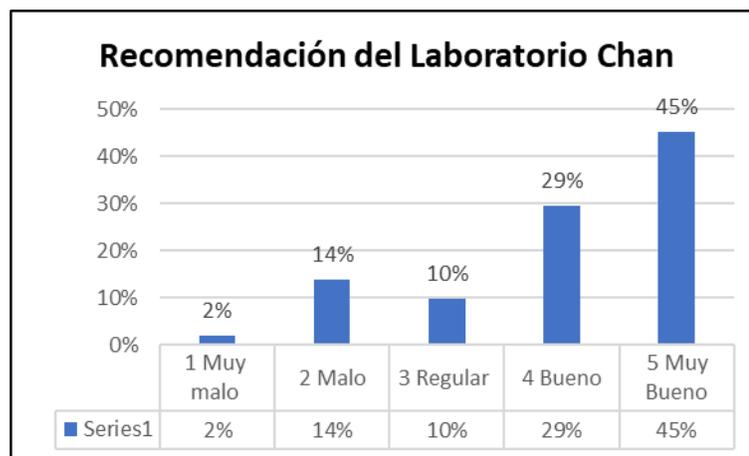
**10. ¿Usted recomendaría el Laboratorio Clínico Chan? Siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.**

**Tabla 14 Recomendaría el Laboratorio Clínico Chan**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
1 Muy malo	1	2%	1	1%
2 Malo	7	14%	8	8%
3 Regular	5	10%	13	13%
4 Bueno	15	29%	28	28%
5 Muy Bueno	23	45%	51	50%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

*Figura 13* Recomendaría el Laboratorio Clínico Chan



**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada, el 45% indica que en base a su experiencia si recomendaría el Laboratorio Chan, representando este porcentaje a una valoración de muy bueno; mientras que, solo un 2% siendo este muy malo no lo recomendaría.

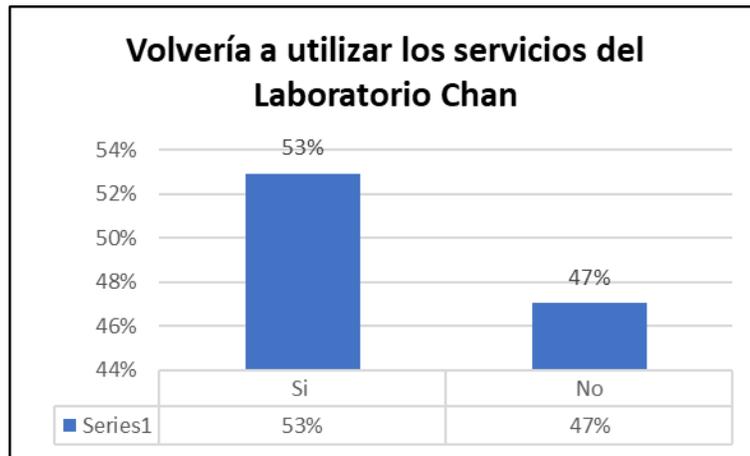
**11. ¿Volvería usted a utilizar los servicios de Laboratorio Chan?**

**Tabla 15 Volvería a utilizar los servicios de Laboratorio Chan**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	27	53%	27	35%
No	24	47%	51	65%
TOTAL	51	100%	78	100%

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**Figura 14 Volvería a utilizar los servicios de Laboratorio Chan**



**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** Del total de encuestados, el 53% considera que si volvería a requerir los servicios del Laboratorio Chan; mientras que el 47% restante difiere del resultado.

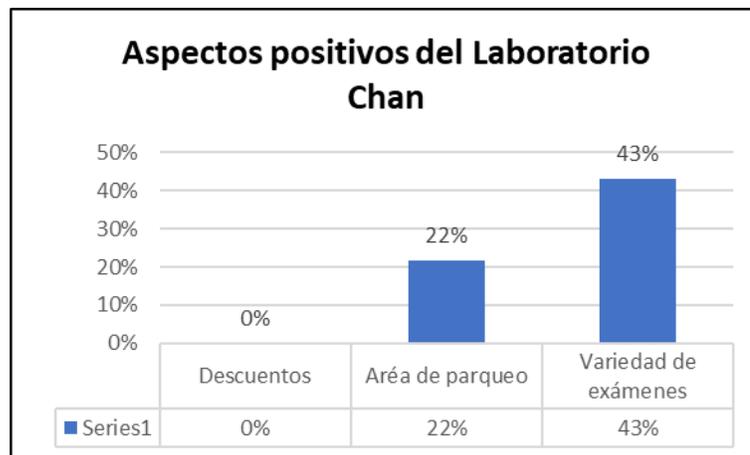
**Mencione aspectos positivos tiene laboratorio Chan y que no poseen otros laboratorios**

**Tabla 16 Aspectos positivos del Laboratorio Chan**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA
Descuentos	18	r	18	18%
Área de parqueo	11	22%	29	30%
Variedad de exámenes	22	43%	51	52%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**Figura 15 Aspectos positivos del Laboratorio Chan**



**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**ANÁLISIS:** Uno de los aspectos positivos que posee el Laboratorio Chan es la gran variedad de exámenes que oferta, siendo éste representado por el 43% de los encuestados y el 22% restante considera como aspecto positivo a que cuenta con área de estacionamiento.

### 3.8. Resultados de la observación

#### 3.8.1. Ficha N°1 de observación.

El día 13 de Enero del 2023, a las 14h:00 pm se realizó la ficha de observación del Laboratorio Zaruma LAB, dando a conocer los siguientes datos que se obtuvo.

**Tabla 17 Ficha de Observación 1**

**Valoración: 1= Muy Bajo / 2= Bajo / 3= Medio / 4= Alto / 5= Muy Alto**

	PUNTUACIÓN				
	1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN: SERVICIOS DEL LABORATORIO</b>					
VARIEDAD DE EXAMENES MEDICOS		X			
ASESORIA DE TIPO DE EXAMENES		X			
TIEMPO DE REALIZACIÓN DE EXAMANES				X	
PROFESIONALISMO DE LOS COLABORADORES				X	
<b>DIMENSIÓN: ATENCIÓN AL PÚBLICO</b>					
AMABILIDAD Y BUENA ATENCION			X		
HORARIOS DE ATENCIÓN	X				
LIMPIEZA DEL LUGAR				X	
BUENA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE		X			
<b>DIMENSIÓN: PRECIO DEL SERVICIO</b>					
FACILIDAD DE FORMAS DE PAGO	X				
VALORES DE EXAMENES ACCESIBLES			X		
DESCUENTOS O PROMOCIONES		X			
<b>DIMENSIÓN: CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR</b>					
UBICACIÓN	X			X	
AREA DE ESTACIONAMIENTO	X				
ESPACIOS SON COMODOS Y AMPLIOS		X			
AMBIENTE DEL SITIO			X		

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**Análisis:** Una vez recolectada y analizada la información, se pudo constatar que el laboratorio Zaruma LAB en los diferentes parámetros de Servicios de laboratorio brinda de manera baja la variedad de exámenes y asesoría en tipo de exámenes. Por otro lado en cuanto a atención al público, Zaruma LAB recibe a su clientela con respeto, mantiene una comunicación poco favorable con sus clientes; cabe señalar que sus instalaciones cumplen con los estándares de calidad e higiene.

Sin embargo, presenta ciertas falencias en cuanto a los horarios de atención. considerable de exámenes, los mismos que cuentan con la asesoría necesaria para llevar a cabo dichos análisis. Por su parte el tiempo de realización y entrega de los resultados es considerado bastante razonable; puesto que cuenta con el personal capacitado para dichos procedimientos. Otra de las novedades encontradas en dicho laboratorio es que no brindan facilidades en cuanto a la forma de pago; ya que únicamente se aceptan pagos en efectivo. Los valores del servicio son medianamente accesibles al público pese a que no cuentan con algún tipo de promoción o descuento. En cuanto a características del lugar se puede destacar que el Laboratorio Zaruma LAB se encuentra ubicado en una zona bastante favorable y transitada como lo es la zona céntrica de la ciudad; sus instalaciones son bastante reducidas y no cuenta con área de estacionamiento, lo que de cierta forma causa incomodidad en su clientela.

### 3.8.2 Ficha N°2 de observación

El día 14 de Enero del 2023, a las 9h:00 am se realizo la ficha de observación del Laboratorio G&G, dando a conocer los siguientes datos que se obtuvo.

**Tabla 18 Ficha de observación 2**

**Valoración: 1= Muy Bajo/ 2= Bajo / 3= Medio / 4= Alto / 5= Muy Alto**

	PUNTUACIÓN				
	1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN: SERVICIOS DEL LABORATORIO</b>					
VARIEDAD DE EXAMENES MEDICOS			X		
ASESORIA DE TIPO DE EXAMENES				X	
TIEMPO DE REALIZACIÓN DE EXAMANES				X	
PROFESIONALISMO DE LOS COLABORADORES					
<b>DIMENSIÓN: ATENCIÓN AL PÚBLICO</b>					
AMABILIDAD Y BUENA ATENCION			X		
HORARIOS DE ATENCIÓN	X				
LIMPIEZA DEL LUGAR				X	
BUENA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE				X	
<b>DIMENSIÓN: PRECIO DEL SERVICIO</b>					
FACILIDAD DE FORMAS DE PAGO	X				
VALORES DE EXAMENES ACCESIBLES			X		
DESCUENTOS O PROMOCIONES		X			
<b>DIMENSIÓN: CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR</b>					
UBICACIÓN				X	
AREA DE ESTACIONAMIENTO	X				
ESPACIOS SON COMODOS Y AMPLIOS	X				
AMBIENTE DEL SITIO			X		

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

**Análisis:** Una vez recolectada y analizada la información, se pudo constatar que el laboratorio G&G en los diferentes parámetros de Servicios de laboratorio brindados a la ciudadanía presenta una variedad medianamente. Por otro lado, en cuanto a atención al público, G&G recibe a su clientela con amabilidad y respeto, brindando una atención cordial y manteniendo comunicación asertiva con sus clientes; cabe señalar que sus instalaciones cumplen con los estándares de calidad e higiene.

Sin embargo, presenta ciertas falencias en cuanto a los horarios de atención. considerable de exámenes, los mismos que cuentan con la asesoría necesaria para llevar a cabo dichos análisis. Por su parte el tiempo de realización y entrega de los resultados es considerado bastante razonable y favorable; puesto que cuenta con el personal capacitado para dichos procedimientos. Otra de las novedades encontradas en dicho laboratorio es que no brindan facilidades en cuanto a la forma de pago; ya que únicamente se aceptan pagos en efectivo.

Los valores del servicio son medianamente accesibles al público pese a que no cuentan con algún tipo de promoción o descuento. En cuanto a características del lugar se puede destacar que el Laboratorio G&G se encuentra ubicado en una zona bastante favorable y transitada como lo es la zona céntrica de la ciudad; sus instalaciones son bastante reducidas y no cuenta con área de estacionamiento, lo que de cierta forma causa incomodidad en su cliente.

### 3.9 Informe General

#### 3.9.1 Ficha de cotejo

Tabla 19 Ficha de cotejo

ASPECTOS	FICHA DE OBSERVACION 1	FICHA DE OBSERVACION 2	DEDUCCIÓN
1.- SERVICIOS DEL LABORATORIO.	El laboratorio Zaruma Lab, no brinda los suficientes servicios para sus clientes, es decir tiene falencias en ciertos puntos.	Podemos analizar que el Laboratorio G&G se desempeña muy bien a la hora de brindar sus servicios, por lo cual tiene una alta gama de clientela que usa sus servicios.	Siempre es bueno mejor los servicios de cada laboratorio con el fin de captar pacientes y brindar buenos servicios.
2.- ATENCIÓN AL PÚBLICO	Su atención no va acorde con las necesidades y gustos de los clientes, deberían mejorar en la forma de llegar a sus clientes.	G&G recibe buen puntaje con la atención al público, generando aspectos positivos y ganando clientela.	Ambos laboratorios deberían enfocarse mas a lo que cada paciente dese realizar con el fin de captar y fidelizar pacientes.
3.- PRECIO DEL SERVICIO	Sus precios no van acorde a las necesidades de los pacientes, tomando en cuando las	Sus precios de cierta manera son accesibles, pero eso no basta para generar la confianza de sus	Ambos laboratorios deberían implementar nuevas formas de pago y precios

	<p>falencias que tiene hoy en día el Cantón Zaruma han perdido demasiada clientela</p>	<p>pacientes para realizarse los exámenes médicos</p>	<p>accesibles.</p>
<p>4.-CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR</p>	<p>Están ubicados en el centro de la ciudad, un área muy buena, pero eso no basta si no saben llegar a sus clientes, ni brindar un servicio como se lo merece cada paciente.</p>	<p>Están ubicado en un área muy buena de la ciudad, pero tienen como falencia el no tener un área de estacionamiento.</p>	<p>Ambos laboratorios se encuentran ubicados en un área central de Zaruma, pero es suficiente para captar pacientes.</p>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

### 3.10 Título de la propuesta

Implementación del benchmarking como estrategias para la captación y fidelización de sus pacientes.

### 3.11 Análisis de la situación de laboratorio Chan

#### 3.11.1 Análisis PESTEL

Una vez analizado el entorno que rodea el Laboratorio Clínico Chan utilizando la herramienta del análisis PESTEL, se detalla a continuación los siguientes factores:

**Tabla 20 PESTEL en la implementación de la propuesta**

<b>P</b> <b>POLÍTICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Regulaciones restrictivas</li><li>• Cambios en el gobierno</li></ul>
<b>E</b> <b>ECONÓMICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ciclo económico que atraviesa el país: crisis</li><li>• Pandemia</li></ul>
<b>S</b> <b>SOCIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cambios demográficos</li><li>• Cambios en el estilo de vida</li></ul>
<b>T</b> <b>TECNOLÓGICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Implementación de nuevas tecnologías</li><li>• Implementación de nuevos equipos</li></ul>
<b>E</b> <b>ECOLÓGICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Restricciones ambientales</li><li>• Pandemia</li></ul>
<b>L</b> <b>LEGALES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cambios en normativas</li><li>• Registro sanitario</li></ul>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

### 3.11.2 Análisis FODA

**Tabla 21 FODA En la implementación de la propuesta**

<b>Factores Externos</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar servicios decalidad.</li> <li>• Eficiencia al realizar los exámenes</li> <li>• Buena acogida de los pacientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca afluencia de la</li> <li>• Mercado saturado.</li> <li>• Situación económica de Zaruma</li> </ul>
<b>Factores Internos</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Años de experiencia en el mercado.</li> <li>• Cuenta con personal capacitado.</li> <li>• Precios accesibles.</li> </ul>	Mejorar calidad, servicio y mantener una comunicación efectiva con el cliente	Captar y fidelizar pacientes mediante estrategias de benchmarking.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación.</li> <li>• Competencia.</li> <li>• Ausencia de redes sociales.</li> </ul>	Dar a conocer el laboratorio mediante redes sociales y diferentes medios de comunicación.	Innovación e implementación de nuevas tecnologías para diferenciarse de la competencia

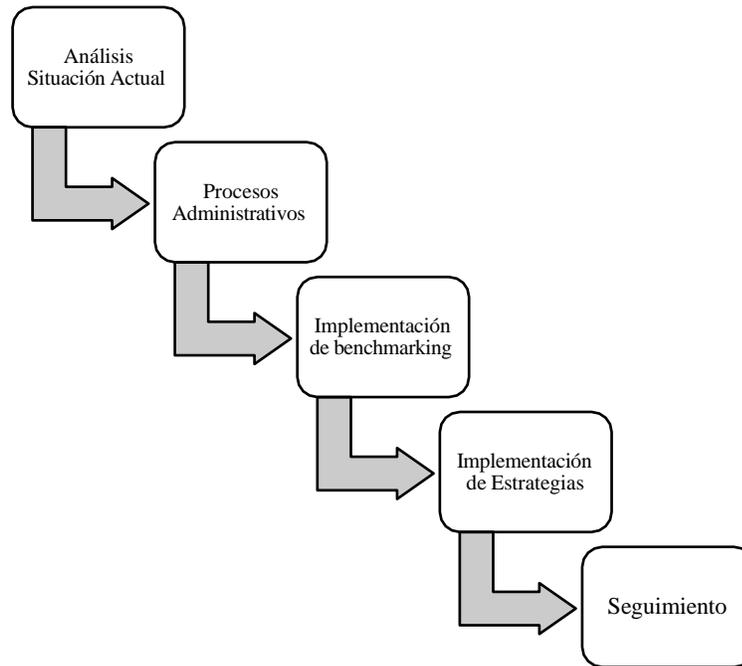
**Elaborado por:** Samaniego (2023)

#### Análisis de la matriz FODA

Una vez que se obtuvo la estrategia FO, Mejorar calidad, servicio y mantener una comunicación efectiva con el cliente y la estrategia Da, Innovación e implementación de nuevas tecnologías para diferenciarse de la competencia, obteniendo como resultado una mejor eficiencia en captar y fidelizar a sus pacientes en el cantón Zaruma.

### 3.12 Flujo de la propuesta

Figura 16 Flujo de Propuesta



Elaborado por: Samaniego (2023)

### 3.13 Desarrollo de la propuesta

El presente proyecto tiene como finalidad captar y fidelizar clientes en el Laboratorio Clínico Chan, mediante la herramienta del Benchmarking. Para ello, se llevará a cabo una serie de implementaciones que contribuyan a lograr el objetivo planteado.

#### 3.13.1. Estrategia de servicio al cliente

##### Capacitación

Constituye una forma de entrenamiento grupal. Se utiliza para desarrollar habilidades interpersonales. También se puede utilizar para desarrollar conocimientos, habilidades y comportamientos adecuados para futuras responsabilidades laborales. Los participantes se fijaron el objetivo de mejorar sus habilidades interpersonales a través de la comprensión de sí mismos y de los demás. Esta técnica sugiere compartir experiencias y analizar los sentimientos, comportamientos, percepciones y reacciones que llevaron a esas experiencias. Por lo general, utiliza profesionales de la psicología como facilitadores de estas sesiones.

## **Protocolo de atención**

- **Antes de ingresar al laboratorio se debe lavar las manos con agua y jabón y luego desinfectarlas con gel antibacterial.**
- **Se debe garantizar el aforo máximo permitido en cada laboratorio para mantener el distanciamiento social.**
- **Mantener abiertas las puertas de acceso para evitar manipulaciones.**
- **Como medida de precaución al ingresar al laboratorio, utilizar mascarilla y evitar el contacto físico. Ubique extintores, botes de basura, baldes y bolsas rojas para el desecho de material biológico.**
- **Uso razonable de reactivos e insumos de laboratorio.**
- **Mantenga las herramientas de trabajo cerca de las áreas designadas.**
- **Siga todas las instrucciones del médico.**
- **Se revisa la orden o receta asignada por el médico.**
- **Se realiza la toma de muestras asignadas.**
- **Procedemos a la espera de resultados.**
- **Finalmente se entregan los resultados mediante un medio comunicativo o la entrega física del documento.**

## **Brindar buena atención y servicio al cliente**

Es de suma importancia brindar un servicio de calidad para que de esta manera captar al cliente quede satisfecho con el servicio brindado, a más de mantener una comunicación efectiva se debe tomar en cuenta las opiniones y sugerencias de los clientes para poder implementarlas y mejorar. Se debe dar respuesta oportuna y solución inmediata a los diferentes inconvenientes y requerimientos que se lleguen a suscitar.

### **3.13.2. Estrategia De Promoción**

#### **Alianza con los doctores.**

Mantener la alianza con los doctores y ofrecer un descuento por los doctores que remiten a sus pacientes al laboratorio clínico Chan, con el fin de captar a los clientes, obteniendo ventaja y más pacientes y así seguir buscando más doctores y ofrecer convenios con el laboratorio.

## **Descuentos y promociones**

Los descuentos y promociones son una excelente estrategia para atraer clientes, es por ello que se recomienda realizar este tipo de actividades como descuentos en realización de exámenes y nuevos clientes, así como también a clientes frecuentes.

Otra forma de aumentar el número de pacientes es a través de las plantas de procesamiento, cuando se forman alianzas con laboratorios de diferentes lugares, aumentaremos el volumen de muestras a procesar, obviamente esto implica una mejor logística de transferencia de muestras, sin mencionar que el control debe tener calidad. En cuanto a los beneficios, se definirá una lista de precios que sea beneficiosa para ambas partes en función del volumen, tipo de estudio o cualquier otro parámetro definido.

### **3.13.3. Estrategia De Comunicación**

#### **1. ¿Cómo escoger la red social ideal para un laboratorio?**

Como primer tip, escoger la mejor red social y que a la vez, se ajuste a las necesidades del laboratorio. Para tomar esta decisión, debe tener en cuenta dos características importantes:

##### **Ubicar donde se encuentra el cliente ideal:**

Este primer paso es muy importante porque cuando publicas el contenido de tu laboratorio en las redes sociales, identificas el público objetivo de tu laboratorio. Por ello, es necesario encontrar a tu cliente ideal, ya que todos los esfuerzos irán encaminados a llamar su atención, para luego identificar las redes sociales que más frecuentan nuestros clientes.

##### **Ubicar la red social del cliente ideal:**

En el segundo paso, después de identificar el cliente ideal en el que se centrará el contenido del laboratorio, es necesario realizar una investigación para determinar qué red social utiliza el cliente ideal. Las principales redes sociales incluyen Facebook, Instagram, WhatsApp, etc. Le recomendamos que solo tenga en cuenta una red social introductoria para comenzar a publicar contenido desde el laboratorio. Porque de esta manera, puede crear contenido dirigido y específico sin empantanarse con dimensiones de imagen incorrectas, horarios de publicación fallidos, lenguaje incorrecto al escribir mensajes, etc.

## **Publicidad**

Si bien es cierto, hoy en día la tecnología es una herramienta de gran importancia y ayuda para que los laboratorios puedan dar a conocer sus productos o servicios; por tal motivo Laboratorio Clínico Chan implementará esta estrategia de marketing de la mano de las redes sociales, radio y demás medios y canales de comunicación. La red social tiene mucha influencia hoy en día por lo cual es conveniente plasmarla en los medios correctos, para lograr promocionar el laboratorio de manera eficaz.

Las redes sociales nos permiten abrir la puerta a sus pacientes, permitiéndoles obtener los servicios de consulta de exámenes que desean sin salir de casa, lo cual es la base para atraer más pacientes a través de las redes sociales.

### **3.13.4. Estrategia De Plaza (Cobertura)**

#### **Ubicación**

Tal y como se ha mencionado anteriormente, debido a la problemática por la que atraviesa la ciudad de Zaruma con respecto a la minería, el Laboratorio clínico Chan se ha visto en la necesidad de ser reubicada de la parte céntrica de la ciudad a las afueras de la misma, provocando de cierta forma incomodidad y a su vez disminuyendo la afluencia de pacientes. Es por esto, que de ser posible y factible se recomienda buscar un local mucho más cercano y que brinde la seguridad del caso.

Una vez implementadas las estrategias anteriormente mencionadas, es de suma importancia realizar el respectivo seguimiento para conocer de esta manera si se ha logrado cumplir con las expectativas planteadas o caso contrario tomar medidas correctivas que permitan obtener los resultados deseados.

### 3.14 Plan de acción

**Tabla 22 Plan de acción**

	PLAN DE ACCIÓN											
Objetivos y Estrategias	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Capacitación interna												
Control de suministros												
Registro de pacientes												
Elaboración de informes												
<b>Marketing</b>												
Benchmarking captación												
Benchmarking fidelización												
<b>Publicidad</b>												
Redes sociales												

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

### 3.15 Plan financiero

**Tabla 23 Proyección de Venta**

Proyección de Ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personas	3600	3780	3969	4167	4376
Consumo mínimo	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00
<b>Total</b>	<b>\$72,000.00</b>	<b>\$75,600.00</b>	<b>\$79,380.00</b>	<b>\$83,349.00</b>	<b>\$87,516.45</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

Análisis: Su proyección de ventas en el año 1 es de \$72000 considerando la afluencia de personas en la ciudad, mostramos un crecimiento de venta anual de aproximadamente 5%, donde el número de personas aumenta y su consumo mínimo va a variar de acuerdo a la necesidad de cada paciente.

**Tabla 24 TIR, VAN**

Tabla de Beneficios netos y Actualizados						
Años	Ingresos	Egresos	Beneficios netos	Ingresos actualizados	Egresos Actualizados	Beneficios netos actualizados
0		30,000.00	-30,000.00	0.00	30,000.00	-30,000.00
1	72,000.00	87,701.59	15,701.59	65,767.60	80,110.04	-14,342.44
2	75,600.00	90,302.17	14,702.17	63,078.42	75,345.48	-12,267.06
3	79,380.00	92,998.32	13,618.32	60,499.19	70,878.35	-10,379.16
4	83,349.00	95,524.92	12,175.92	58,025.43	66,501.99	-8,476.56
5	87,516.45	98,424.66	10,908.21	55,652.82	62,589.49	-6,936.67
	<b>TIR</b>		<b>38%</b>	<b>VAN</b>		<b>-\$71,558.94</b>

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

Análisis: En el presente proyecto, como evidencia tenemos que no es rentable la implementación de nuevas máquinas por motivo que son significativos, pero no considerados para lograr obtener números positivos en el laboratorio. Considerando que el laboratorio Chan está constituido por varios activos, definimos que la inversión no es necesaria y podemos surgir en el negocio como lo manejamos en la actualidad.

**Tabla 25 Balance General Proyectado del Laboratorio Clínico Chan**

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
<i>Laboratorio Clínico Chan</i>						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja		\$111,800.00	\$117,390.00	\$123,259.50	\$129,422.48	\$135,893.60
	<i>Total Activo Circulante</i>	\$111,800.00	\$117,390.00	\$123,259.50	\$129,422.48	\$135,893.60
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>						
	Muebles de oficina	\$1,740.00	\$1,740.00	\$1,740.00	\$1,740.00	\$1,740.00
	Equipo de Computo	\$898.00	\$898.00	\$898.00	\$898.00	\$898.00
	Equipo de medicina	\$6,206.13	\$6,206.13	\$6,206.13	\$6,206.13	\$6,206.13
	Suministros de medicina	\$2,755.87	\$2,755.87	\$2,755.87	\$2,755.87	\$2,755.87
	<i>Activo Fijo Bruto</i>	\$11,600.00	\$11,600.00	\$11,600.00	\$11,600.00	\$11,600.00
	Depreciación del periodo	\$1,365.53	\$1,365.53	\$1,365.53	\$1,066.20	\$1,066.20
	<i>Depreciación acumulada</i>	\$1,365.53	\$2,731.06	\$4,096.59	\$5,162.79	\$6,228.99
	<i>Total Activo Fijo</i>	\$10,234.47	\$8,868.94	\$7,503.41	\$6,437.21	\$5,371.01
<b>TOTAL ACTIVO</b>		\$122,034.47	\$126,258.94	\$130,762.91	\$135,859.69	\$141,264.61
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>						
	Financiamiento	\$21,000.00	\$13,223.40	\$5,446.80	-\$2,329.80	\$0,00
	<b>TOTAL PASIVO</b>	\$21,000.00	\$13,223.40	\$5,446.80	-\$2,329.80	\$0,00
<b>PATRIMONIO</b>						
	Capital Social	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00
	Utilidad del Ejercicio	\$56,148.72	\$65,133.07	\$75,271.37	\$87,636.55	\$101,008.80
	Dividendos pagados		\$56,148.72	\$65,133.07	\$75,271.37	\$87,636.55
	<b>TOTAL CAPITAL</b>	\$9,000.00	\$80,640.36	\$90,778.66	\$103,143.84	\$116,516.09
<b>SUMA PASIVO + CAPITAL</b>		\$30,000.00	\$104,873.47	\$107,877.16	\$112,202.90	\$116,516.09

**Elaborado por:** Samaniego (2023)

## CONCLUSIONES

- Para poder analizar la situación actual del Laboratorio clínico Chan, fue necesario utilizar instrumentos como lo es la encuesta con el fin de identificar la población, después se realizó 2 fichas de observación de otros laboratorios, las cuales son su competencia en la ciudad de Zaruma. En la encuesta que el Laboratorio Clínico Chan en el más mencionado en la información que produce mayor captación en un aproximando del 50% de la base, los encuestado determinan que el principal motivo para realizarse exámenes es por enfermedad y menos de la mitad de las personas lo realiza por temas de control. El Laboratorio Clínico Chan es más reconocido para realizarse exámenes ubicándolo como primera opción y de estas personas afirman que en su nivel de recomendación es de bueno y muy bueno.

- Además, se indago acerca de la captación de los clientes y su fidelización al laboratorio, como resultados obtuvimos, los aspectos negativos del lugar y la opción con mayor porcentaje es la ubicación, pero al ser un lugar con mayor tiempo ofreciendo el servicio en la Ciudad con las recomendaciones de familiares, amigos o conocidos son los que inciden para a utilizarlo o reconocerlo como opción.

- El benchmarking es una herramienta muy útil cuando se quiere conocer los servicios que brinda el diferente laboratorio en comparación, permitiendo obtener factores positivos de cada uno de ellos, que el laboratorio Chan no dispone, con el fin de obtener una mejora en dicho laboratorio.

## **RECOMENDACIONES**

- Luego de concluir el proyecto procedo a determinar las siguientes recomendaciones en la ciudad de Zaruma las personas no entienden aun la magnitud del control de su salud, por eso que en el Laboratorio Clínico Chan va a realizar guías de control, con el fin de que la población tenga más cuidado con su salud y motivándolos con promociones que se puedan realizar.
- El laboratorio clínico Chan, tomara acciones en cuanto a la ubicación del laboratorio, como principal punto hacer un estudio de campo, ya que, el centro de la ciudad de Zaruma se encuentra un poco afectada por su minería, con el fin de captar y fidelizar clientes, con el fin de posicionarse como el mejor laboratorio que pueda brindar Zaruma.
- Es recomendable realizar una inspección de los procesos realizados una vez cada 6 meses e identificar todos los procesos de mejora, para captar a los pacientes brindándoles siempre un mejor servicio y eficiencia en sus resultados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

- Cumbal, A., Villarreal, J., (2022). Diseño de un plan de marketing estratégico par un laboratorio clínico privado de baja complejidad de atención de la ciudad de Quito, 2021. (tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://201.159.222.35/bitstream/handle/22000/19977/Tesis%20Final%20ACumbal%20y%20JVillarreal%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ferrari, M., (2017). Diseño de un modelo de Benchmarking para evaluar competitividad en el mercado de cirugías del sector privado de salud. (tesis de grado). Universidad de Chile, Santiago de Chile. Recuperado de <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/145981>
- Merchán, N. (2018). Sistema de gestión y control para el área de Laboratorio Clínico y Enfermería del Dispensario Médico de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. (tesis de grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://201.159.223.180/bitstream/3317/10041/1/T-UCSG-PRE-ING-CIS-184.pdf
- Merchán, V., Salinas, V., Zambrano, D. (2018). Mejoramiento del entorno laboral de los visitantes médicos del grupo DIFARE. (tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado de Chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redu/g/33150/1/TESIS%20MEJORAMIENTO%20DEL%20ENTORNO%20LABORAL%20DE%20LOS%20%20VISITADORES%20MEDICOS%20DEL%20GRUPO%20DIFARE%20%20AUTORES%20ZAMBRANO%20SALINAS%20MERCHAN%20FINAL.pdf
- Morales, K., González, S., (2018). Sistema de gestión y control de inventario en laboratorio de ciencias. (tesis de grado). Universidad de Talca, Chile. Recuperado de <http://dspace.otalca.cl/handle/1950/12167>
- Naranjo, E. (2018). Análisis situacional de la innovación empresarial en el Ecuador (maestría). Universidad Andina Simón Bolívar, Quito. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6239/1/T2670-MAE-Erazo-Analisis.pdf
- Valarezo, S., Loyola, D., (2017). Plan de marketing para la promoción de productos farmacéuticos

de la empresa GOLDFARMA S.A. (tesis de grado). Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1906/1/T-ULVR-1712.pdf

Vieyra, P., (s.f.). Benchmarking en equipos automatizados de Hematología y Química Clínica en el Laboratorio Clínico. (tesis de grado). Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.zaragoza.unam.mx/wp-content/Portal2015/Licenciaturas/qfb/tesis/tesis\_vieyra\_padilla.pdf

CARLEVARI, M. F. (2017). *DISEÑO DE UN MODELO DE BENCHMARKING PARA EVALUAR COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO DE CIRUGÍAS DEL SECTOR PRIVADO DE SALUD*. SANTIAGO DE CHILE.

CORTEZ, Y. C. (s.f.). “*APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA BENCHMARKING EN LA OCV MONTERREY*” . MONTERREY, N.L. .

Lezana, A. R. (2009). *ESTUDIO COMPARATIVO (BENCHMARKING SECUNDARIO ESTRATÉGICO) ENTRE LA CARRERA DE INGENIERÍA QUÍMICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Y UNIVERSIDADES SELECCIONADAS*.

Lucy Teresa Llontop Salazar, R. E. (AGOSTO, 2016). *BENCHMARKING Y SU RELACIÓN CON LAS VENTAS EN LA ESTACIÓN DE SERVICIOS SANTA ÁNGELA S.A.C JOSÉ LEONARDO ORTIZ*. PIMENTEL .

PADILLA, P. V. (s.f.). *BENCHMARKING EN EQUIPOS AUTOMATIZADOS DE HEMATOLOGÍA Y QUÍMICA CLÍNICA EN EL LABORATORIO CLÍNICO*. MEXICO.

## **ANEXOS**

*ANEXO 1 FORMATO DE LA ENCUESTA*

Buenos Días / Buenas Tardes estimado se está realizando un análisis sobre la capacidad de clientes para la ciudad de Zaruma. La encuesta tomará 3 minutos, y las respuestas serán totalmente anónimas.

Edad: 20-30  31 – 40  41 – 50  51-60

Sexo: Femenino  Masculino

**1. Mencione 1 Laboratorio Clínico de la Ciudad de Zaruma**

\_\_\_\_\_

**2. ¿Usted se realiza exámenes médicos?**

Si  No

Si su respuesta es NO, pase a la pregunta 3 y fin de la encuesta. Si su respuesta es SI, pase a la pregunta 4

**3. ¿Indique cuál es el motivo por el cual no se realiza exámenes médicos? (Seleccione 1 opción)**

No es necesario

Me realizo exámenes por enfermedad

Falta de prioridad

**4. ¿Cuáles son los motivos principales por los que si se realiza exámenes médicos? (Seleccione 1 opción)**

Por enfermedad

Por control medico

**5. ¿Indique el Laboratorio donde se realiza exámenes médicos? (Seleccione 1 opción)**

Laboratorio Clínico Chan

Laboratorio Clínico G&G

Zaruma LAB

**6. Si usted no accede al laboratorio de su confianza (el que mencionó en la pregunta anterior), ¿cuál sería el siguiente laboratorio al que usted iría?**

Laboratorio Clínico Chan

Laboratorio Clínico G&G

Zaruma LAB

**7. ¿Se ha realizado exámenes médicos en el Laboratorio Clínico Chan? (Seleccione 1 opción)**

Si  No

Si su respuesta es Si, pase a la pregunta 7. Si su respuesta es NO fin de la encuesta

**8. ¿Me puede indicar aspectos Negativos del Laboratorio Clínico Chan? (Seleccione 1 opción)**

No tiene aspectos negativos

Ubicación

Precios altos

**9. De acuerdo con el laboratorio al que usted asiste ¿Por qué medio de comunicación se enteró? (seleccione 1 opciones)**

Radio

Redes Sociales

Amigos, familiar o conocido

**10. ¿Usted recomendaría el Laboratorio Clínico Chan? Siendo 1 el más bajo y 5 el más alto**

1  2  3  4  5

**11. ¿Volvería usted a utilizar los servicios de Laboratorio Chan?**

Si  No

**12. Menciones aspectos que tiene laboratorio Chan y que no poseen otros laboratorios**

Descuentos

Área de parqueo

Variedad de exámenes

ANEXO 2 FICHA DE OBSERVACIÓN 1

VALORACIÓN: 1= Muy Bajo / 2= Bajo / 3= Medio / 4= Alto / 5= Muy Alto

	PUNTUACIÓN				
	1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN: SERVICIOS DEL LABORATORIO</b>					
VARIEDAD DE EXAMENES MEDICOS					
ASESORIA DE TIPO DE EXAMENES					
TIEMPO DE REALIZACIÓN DE EXAMENES					
PROFESIONALISMO DE LOS COLABORADORES					
<b>DIMENSIÓN: ATENCIÓN AL PÚBLICO</b>					
AMABILIDAD Y BUENA ATENCIÓN					
HORARIOS DE ATENCIÓN					
LIMPIEZA DEL LUGAR					
BUENA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE					
<b>DIMENSIÓN: PRECIO DEL SERVICIO</b>					
FACILIDAD DE FORMAS DE PAGO					
VALORES DE EXAMENES ACCESIBLES					
DESCUENTOS O PROMOCIONES					
<b>DIMENSIÓN: CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR</b>					
UBICACIÓN					
AREA DE ESTACIONAMIENTO					
ESPACIOS SON COMODOS Y AMPLIOS					
AMBIENTE DEL SITIO					

*ANEXO 3 Evidencia del Laboratorio clínico Chan*

