



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO COMPUTARIZADO

TÍTULO:  
"SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA IMAGEN SECRETARIAL PARA EL  
BUEN DESARROLLO DE LAS ENTIDADES COMERCIALES"

TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADA EN SECRETARIADO EJECUTIVO COMPUTARIZADO

AUTORA:  
0921262929 - FLORES VILLARREAL LABINIA LILIBETH

MACHALA, OCTUBRE DE 2015

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, FLORES VILLARREAL LABINIA LILIBETH, con C.I. 0921262929, estudiante de la carrera de SECRETARIADO EJECUTIVO COMPUTARIZADO de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, responsable del siguiente trabajo de titulación:

"SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA IMAGEN SECRETARIAL PARA EL BUEN DESARROLLO DE LAS ENTIDADES COMERCIALES"

Certifico que los resultados y conclusiones del presente trabajo pertenecen exclusivamente a mi autoría, por lo cual cedo este derecho a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA y la deslindo de cualquier delito de plagio, para que ella proceda a darle el uso que sea conveniente.

Agradezco vuestra gentil atención.

---

FLORES VILLARREAL LABINIA LILIBETH  
C.I. 0921262929

---

**FRONTISFICIO**

**“SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA IMAGEN SECRETARIAL PARA  
EL BUEN DESARROLLO DE LAS ENTIDADES COMERCIALES”**

**AUTORA:**

**LABINIA LILIBETH FLORES VILLARREAL  
C.I. 0921262929  
E-mail: labiniaflores@hotmail.com**

---

**TUTOR:**

**LCDA. BIRMANIA JIMÉNEZ VILLAMAR MG. SC.  
C. I. 0701661324  
E-mail: birmaniajimenez@hotmail.com**

---

## **CERTIFICACIÓN**

Quienes conformamos el Comité Evaluador, certificamos haber leído y aprobado el presente documento de titulación presentado por la egresada Labinia Lilibeth Flores Villarreal.

**Lcda. Birmania Jiménez Villamar, Mg. Sc.**

**C. I: 0701661324**

**Lcda. Beatriz Peralta Mocha, Mgs.**

**C.I: 0702130600**

**Lcda. Joanna Micaela Pizarro Romero**

**C.I: 0703904615**

## DEDICATORIA

Con estima y consideración, dedico este trabajo de titulación a mis padres, especialmente a mi madre, la primera persona que creyó en mi capacidad e inteligencia, quien con sacrificio y cariño apoyó cada una de mis exigencias estudiantiles, aprobando mis intereses personales como profesionales. Gracias a ella he llegado hasta aquí.

Es verdad que nadie es perfecto, pero mi madre con sus virtudes y defectos supo encaminar mi vida con cautela y dedicación, ella fue testigo de mis triunfos y fracasos, siento que no existe nada que compense todo el esfuerzo que ella invirtió en mí. Es por ello y por toda mi vida, le dedico el presente documento.

Labinia

## AGRADECIMIENTO

Agradecimiento en primer lugar a Dios, por la fuerza de voluntad que impuso en mí, por la vida y la familia que me ha dado.

A la Universidad Técnica de Machala, que me acogió como parte de ella, por la oportunidad de estudiar en esta institución y brindarme una educación de pertinencia, calidad y calidez.

A los docentes de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales, que forjaron mis conocimientos y responsabilidades académicas, quienes compartieron su sabiduría y paciencia.

A la Lcda. Birmania Jiménez Villamar, Coordinadora de la Carrera Secretariado Ejecutivo Computarizado, que veló por nuestros intereses, gracias por sus consejos y preocupación.

A mi madre, el impulso y cómplice de toda mi trayectoria estudiantil, gestora de mi formación profesional.

A mi esposo, por su confianza y motivación, por las noches de desvelo y espera.

Labinia

## ÍNDICE

PORTADA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
CESIÓN DE DERECHO.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
FRONTISFICIO.....	iii
CERTIFICACIÓN.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE .....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT .....	ix
INTRODUCCIÓN.....	10
DESARROLLO .....	11
RESULTADOS.....	15
CONCLUSIONES.....	16
BIBLIOGRAFÍA.....	17
RESULTADO DEL URKUND.....	18

## 2. RESUMEN

### **SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA IMAGEN SECRETARIAL PARA EL BUEN DESARROLLO DE LAS EMPRESAS COMERCIALES**

El presente Trabajo de Titulación cuyo título es “Servicio al Cliente y su Incidencia en la Imagen Secretarial para el Buen Desarrollo de las Entidades Comerciales”, tiene la finalidad de mejorar la calidad de atención al cliente. Ciertamente es un reto alcanzar la eficacia y eficiencia en el servicio que se brinda, sin olvidar que toda acción recae sobre la imagen de la secretaria como también de la institución donde ella labora. Por ello, la información que complementa este informe se basa en investigaciones en la web, fuentes bibliográficas, análisis y exploración. En conjunto forman parte de este compendio de conocimientos, transcrito por un procesador de texto, elaborando un documento físico, digital y una presentación multimedia que sustente una exposición íntegra. En conclusión, esta investigación busca garantizar un excelente servicio, adaptado a una cultura ética y dinámica por parte de la secretaria, manteniendo una imagen profesional y humana. Sin embargo, es recomendable autoevaluarse, capacitarse, aplicar excelentes relaciones humanas que permitan, optimizar sus funciones y habilidades. El Servicio al cliente es un tema muy amplio que abarca algunos aspectos de la secretaria, ya sea su personalidad, conocimientos técnicos, correcto manejo de herramientas tecnológicas, se aplica en empresas públicas o privadas, sin importar a que actividad comercial de dedique. La actitud de la secretaria trae como consecuencia una percepción por parte del cliente que puede ser positiva si se brinda un buen servicio o negativa si sucede lo contrario; por esta razón el desenvolvimiento de la secretaria debe ser óptimo, proyectado en el desarrollo y objetivos organizacionales. En la actualidad, la atención al cliente es una de las mayores prioridades de las empresas en general, siempre buscando nuevas y mejoradas estrategias que logren satisfacer o superar expectativas, que garantice resultados favorables. Cabe recalcar que hay empresas que exigen personal calificado que cumpla con ciertos requerimientos e incremente la productividad. (Rodríguez Valencia, 2006)

Palabras clave: Servicio, Cliente, Imagen, Profesional, Desarrollo.



## **ABSTRACT**

### **CUSTOMER SERVICE AND ITS IMPACT ON THE SECRETARIAL IMAGE FOR GOOD DEVELOPMENT OF BUSINESS ENTERPRISES**

This research work titled: "Customer Service and its Impact on the Image Secretarial for the Good Development of Business Entities", the objective of this research is to improve the quality of the customer service. However it is a challenge to achieve the effectiveness and efficiency that falls into the image of the secretary as well as the institution where she works. Therefore, the information that complements this report is based on research on the web, bibliographical sources, analysis and explorations, interviews with individuals selected for their experience and responsibility and even users reviews that attend to different organizations looking to satisfy certain needs and expectations. Altogether they form part of this compendium of knowledge, transcribed by a text processor, making a physical and digital document and a multimedia presentation that sustains a complete exhibition. In conclusion, this research seeks to guarantee an excellent service, adapted to a dynamic and ethical culture by the secretariat while maintaining a professional and human image. However, it is recommended that you auto evaluate, train and apply excellent relations that allows you to optimize your functions and skills. Customer Service is a broad topic covering some aspects of the secretary, such as, their personality, technical knowledge, skills, proper handling of technological tools applied in public or private companies, no matter which commercial activity engaged. Secretary attitude results in a perception by the customer that can be positive if good service is provided or negative if the opposite happens; for this reason the development of the secretary must be optimal, projected development and organizational goals. Currently, the customer is one of the highest priorities of businesses in general, always seeking new and improved strategies that will meet or exceed expectations, to ensure favorable results. It should be noted that there are companies that require qualified personnel who meet certain requirements and increase productivity. (Rodríguez Valencia, 2006)

Key Words: Service, Customer, Image, Professional, Development.

### 3. INTRODUCCIÓN

Dentro de la provincia de El Oro existen empresas públicas, privadas o mixtas que se dedican a diferentes actividades comerciales, pero con un mismo propósito, que es ofrecer bienes o servicios, utilizando diversos métodos o estrategias que permitan satisfacer los requerimientos de todo tipo de clientes, recurso primordial de las organizaciones, de esta manera incrementar su productividad, promoviendo acciones que favorezca el desarrollo organizacional, adaptado a un ambiente de trabajo flexible por parte de la secretaria.

En Machala encontramos algunas empresas donde la ardua tarea de la secretaria implica adquirir nuevas habilidades y destrezas con el fin de satisfacer requerimientos organizacionales individuales o colectivos. Pero en realidad, en ocasiones su limitada capacidad de cumplir con sus labores vinculadas a diferentes mercados no le permite alcanzar sus objetivos. Sin embargo, la propuesta que se aplica en este caso es asistir a talleres de relaciones humanas y públicas, entre otras capacitaciones atinentes al ámbito de trabajo para favorecer el desenvolvimiento eficaz en la empresa.

Por ello, las organizaciones tratan de cumplir con todas las exigencias de sus clientes optimizando el servicio y logrando la satisfacción de sus necesidades. La secretaria debe ser proactiva, intermediaria y facilitadora en todas las gestiones en que ella se desenvuelve, cumplir con cada requerimiento solicitado, pues toda acción que realice se verá reflejada en el prestigio de la organización que perciban los clientes positiva o negativamente.

Por otro lado, el ineficiente servicio al cliente que ofrece la secretaria repercute negativamente en la imagen institucional de la empresa, ocasionado por el escaso conocimiento de todas las actividades que la empresa realiza y a una débil capacitación de funciones secretariales. (Crece Negocios, 2011)

Este trabajo de titulación está enfocado en la calidad de servicio que la secretaria brinda al cliente, con la finalidad de mejorar sus interacciones laborales, dejando en alto el nombre de la empresa.

#### 4. DESARROLLO

La competencia empresarial como profesional de las empresas públicas, privadas o mixtas se fusionan para alcanzar los objetivos organizacionales, generar rentabilidad e incrementar la productividad de sus empleados y directivos mediante el servicio al cliente que es la gestión que realiza la secretaria, pues tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción.

**SERVICIO AL CLIENTE:** Se trata de una forma de hacer las cosas, como se puede observar en cualquier organización, está en la manera de recibir o realizar una llamada telefónica, enviar mensajes, el lugar, las instalaciones hasta el atuendo que utilizamos; y qué decir de nuestra actitud, una sonrisa, un gesto amable, nuestro lenguaje corporal proyectando seguridad en lo que hacemos, en sí todas las interacciones compartidas con clientes internos o externos.

Es el conjunto de actividades interrelacionadas con la finalidad de que el cliente obtenga algún requerimiento en el momento y lugar adecuado. En la actualidad las empresas han dado más interés en la administración de cómo se debe dirigir, administrar los recursos económicos, humanos y materiales; dejando como última instancia el servicio al cliente. Por lo tanto, mi propuesta sería asistir a talleres de relaciones humanas y públicas, entre otras capacitaciones atinentes al ámbito de trabajo para favorecer el desenvolvimiento eficaz en la empresa.

Tomando en cuenta al autor (Solomon, *SERVICIO AL CLIENTE DE ALTA TECNOLOGÍA Y PERSONALIZADO*, 2001), nos expone en su obra de cómo propiciar y aprovechar la lealtad y el apoyo de los nuevos clientes, ya que los clientes de hoy en día son un hueso duro de roer. Cortos de tiempo, adictos a la pantalla, conscientes de lo que genera o no valor y comprometidos desde un punto de vista social, sus expectativas son cada vez más difíciles de cumplir para las empresas.

(Galbraith, 2005) Según este autor, es más rentable mantener los actuales clientes que buscar nuevos. Es por esto que las compañías están estableciendo relaciones a largo plazo con sus clientes como estrategia para aumentar la rentabilidad. Recalca que ciertas estrategias comerciales buscan adaptarse a las necesidades reales del cliente, orientando los procesos de la organización hacia el cliente.

Hoy más que nunca las organizaciones invierten mucho dinero en las soluciones de gerencia de relación con el cliente, porque puede ayudarle a expandir su mercado, ya que los clientes hacen negocios con empresas que demuestran entender sus necesidades. Por ello, (Anderson & Kerr, GERENCIA DE RELACIÓN CON EL CLIENTE, 2001) presentan en su libro, los principios fundamentales de la GRC, a la vez que demuestran cómo diseñar e implantar una estrategia exitosa para toda empresa.

Basándose en la obra del “Arte Supremo”, el autor reflexiona acerca de cómo lograr una atención al cliente verdaderamente profesional. A través de 50 prácticas concretas nos lleva a comprender las diferencias entre “servicio” y atención”, y entre “atención” y “buena atención”, que a su criterio son claves para mejorar de forma inmediata el desempeño de personas e instituciones; una guía práctica para ser utilizada tanto de forma individual como colectiva en el logro de la excelencia de la atención al cliente. (Jiménez, 2010)

La calidad es el grado de satisfacción que obtiene el cliente en relación con su expectativa inicial, es un aspecto totalmente subjetivo y personal; sin embargo, se debe buscar la forma de lograr la superación de esta satisfacción, no sólo cubrir una necesidad, sino ofrecer más. (Olvera Romero & Scherer Leibold, 2009)

Definir la calidad de un servicio es un tema complicado de explicar, ya que depende mucho de la opinión, necesidades y expectativas de los clientes, en sí, el grado de percepción. Consciente o inconsciente, el usuario siempre está evaluando la forma como la empresa hace negocios, cómo trata a los otros clientes y cómo esperaría que le trataran a él. Por ello, la secretaria tiene la facultad de asistir al cliente, superando expectativas.

La calidad va de la mano con la eficacia y la eficiencia con el cual la secretaria realiza alguna tarea a ella asignada. Lo que se busca con la calidad es mejorar la productividad de una empresa y de la persona. Productividad significa lograr la máxima eficiencia con el mínimo esfuerzo; hacer las cosas bien teniendo una motivación y cumpliendo nuestros objetivos. Debe entenderse la importancia de la calidad en el servicio, no solo para beneficios de la empresa y de la lealtad de los clientes, sino como un factor influyente en la toma de decisiones de las personas.

Por lo anteriormente expuesto, es importante que la secretaria posea valores éticos y conocimientos técnicos, que permitan adoptar habilidades y destrezas que garanticen una excelente calidad en servicio. Una forma efectiva de brindar una buena atención y poder concretar algún proyecto, es conociendo de antemano el tipo o clase de cliente con el que estamos tratando.

(CASA DEL LIBRO, 2005) Este libro se ha escrito con un doble objetivo: en primer lugar, la autora pretende recoger de manera sistematizada todas aquellas técnicas desarrolladas y utilizadas por los profesionales del secretariado, de tal modo que sirvan como orientación para los recién incorporados al mundo laboral y como recordatorio y reafirmación de los conocimientos de los secretarios y secretarías ya asentados en la profesión. En segundo lugar, se proponen algunas alternativas a las funciones y tareas del secretariado para ampliarlas y hacerlas más creativas. Las secretarías y los secretarios están capacitados para realizar funciones que han sido consideradas hasta hace poco como propias de otros profesionales.

El perfeccionamiento de nuestra personalidad debe ser el primer paso y el más importante de nuestra vida, porque de ello dependen nuestros éxitos o fracasos. Son muchas las personas despistadas en el mundo, porque creen que lo primero está en conseguir éxito económico, honor y fama. (Gallo , 2003).

La Secretaria tiene que perfeccionar su personalidad, poseer una actitud positiva y flexible en su área de trabajo, facilitando las relaciones personales como profesionales. Hoy en día, en algunas empresas existen secretarías intolerables, lo que incide negativamente en su imagen secretarial, en ocasiones tienen problemas, frustraciones, estrés, entre otros motivos que repercuten en su personalidad, lo que conlleva a una prepotencia del cual recae sobre las relaciones con sus compañeros de trabajos, proveedores y los clientes, provocando conflictos, ambientes tensos, desorientación y resentimientos.

Por otro lado, en repetidas ocasiones se ha dicho que para brindar un mejor servicio, es importante tratar bien a los clientes, mostrar una sonrisa, ser cordiales, pero ahora puedo decir que esto está bien, pero es solo una parte de lo que podemos brindar.

“Ser atento con las personas sólo equivale al 20% de brindar un buen servicio al cliente. La parte importante es el diseño de sistemas que le permitan realizar un buen

trabajo desde la primera vez. De nada habrá servido todas las sonrisas del mundo si su producto o servicio no es lo que quiere el cliente". (Sewell & Brown, 1996)

Cuando las personas piensan en servicio al cliente, casi siempre son los pequeños detalles amables los que vienen a la mente: decir por favor y gracias; ¡sí está bien señora o no se preocupe señor!, en fin un sinnúmero de expresiones sutiles que inspiran confianza. Una gran personalidad, no es suficiente, es solo una parte de brindar un servicio, si la secretaria no posee conocimientos necesarios que permitan aplicar estrategias oportunas para alcanzar o superar expectativas, de nada sirve; no podría otorgar información o garantizar la calidad del producto o servicio.

Si el servicio al cliente fuera un pastel, la educación, las sonrisas y la disposición a dar un poco más serían el glaseado. Otro ejemplo sería como ir a un restaurante. El capitán y los meseros podrán sonreírle hasta dolerles las mandíbulas, ayudarle con la silla al sentarse y doblarle la servilleta cada vez que se levante de la mesa, pero si la comida es mala, lo más seguro es que nunca vuelva.

La secretaria tiene que ser capaz de involucrarse a fondo en su trabajo, lo que implicará ser capaz de tomar decisiones, asumir responsabilidades y comprometerse a cumplir los compromisos adquiridos. Todo ello en el marco de las atribuciones que le corresponden. Las personas que se relacionan con la secretaria han de tener la confianza en el sentido de responsabilidad por parte de ella. (Bru & Gamboa, 2000)

La secretaria debe contribuir en el cumplimiento de los objetivos organizacionales y debe facilitar las comunicaciones internas como externas; adquirir sentido de responsabilidad para realizar todas las tareas que se le presenten en la oficina. La secretaria siempre debe adaptar su propia imagen a lo que dictamine la empresa para la que ella trabaja.

## 5. RESULTADOS

Tomando en cuenta, las diferentes percepciones de los autores, plasmadas en sus obras, es notorio la importancia que tiene el cliente para las empresas sean éstas públicas, privadas o mixtas, pues persiguen un mismo objetivo, siempre en la búsqueda de nuevas estrategias que permitan superar expectativas, brindando un servicio de calidad que proyecte una excelente imagen de la organización, mediante de un personal capacitado y eficiente que fomente al buen desarrollo de las entidades comerciales, como también al profesional en secretariado.

Por esta razón, el resultado de esta investigación, da como consecuencia un enfoque importante en la calidad de atención al cliente, donde influye valores éticos, conocimientos técnicos y un continuo aprendizaje que van de la mano para alcanzar objetivos organizacionales a través del desenvolvimiento de la secretaria y las tareas a ella asignadas. Todos estos elementos antes mencionados dan como resultado una secretaria competente y productiva que fomenta al desarrollo personal, profesional como organizacional.

## 6. CONCLUSIONES

En conclusión, considero que es trascendental que el profesional en secretariado tenga la posibilidad de especializarse en diferentes áreas de trabajos, por la diversidad de mercados comerciales que existen, sean empresas públicas, privadas o mixtas pero que tienen el mismo objetivo, incrementar la productividad, obtener rentabilidad y llevar en alto el nombre de la empresa. Para alcanzar estas expectativas se aplicaría la siguiente propuesta: asistir a talleres de relaciones humanas y públicas, entre otras capacitaciones atinentes al ámbito laboral de la secretaria, con el fin de mejorar su desenvolvimiento en la empresa, garantizando un servicio de calidad.

Cabe recalcar, que la secretaria debe adoptar un comportamiento oportuno, con la finalidad de mantener excelentes relaciones laborales dentro de su contexto, lo cual garantiza la calidad de un buen servicio, proyectando una favorable imagen de la empresa. La secretaria debe sentirse parte de la empresa, velar por el cumplimiento de los objetivos de la institución a la cual pertenece. Para ello, necesita conocer a fondo las actividades a que se dedica la organización donde ella labora, de esta manera brindar una información veraz, oportuna y precisa. Además, este profesional tiene la capacidad de adaptación y flexibilidad e incluso incrementar habilidades requeridas en el área de trabajo.

Obviamente, toda acción que realice el profesional en secretaria, incide su imagen y por ende a la empresa donde presta sus servicios; por ello, la importancia del servicio al cliente.



## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, K., & Kerr, C. J. (2001). *GERENCIA DE RELACIÓN CON EL CLIENTE*. McGraw Hill.
- Bru, M., & Gamboa. (2000). *Etica Profesional*. Enciclopedia de la Secretaria. Vol. I.
- CASA DEL LIBRO. (2005). *GUIA PARA LA SECRETARIA EJECUTIVA 2ª ED.* FUND. CONFEMETAL.
- Crece Negocios. (17 de 10 de 2011). *CreceNegocios.com/*. Recuperado el 02 de 10 de 2015, de Tipos-de-clientes-y-como-tratar-a-cada-uno-de-ellos/: <http://www.crecenegocios.com/tipos-de-clientes-y-como-tratar-a-cada-uno-de-ellos/>
- Galbraith, J. (2005). *DISEÑANDO UNA ORGANIZACIÓN CENTRADA EN EL CLIENTE*. Jossey Bass.
- Gallo , J. F. (2003). *Relaciones Humanas Aplicadas*. Santa Fé de Bogotá: 9a. ed.
- Jiménez, J. C. (2010). *ARTE SUPREMO*. Cograf Comunicaciones.
- López Parra, M. E., & Instituto Tecnológico de Sonora, D. (2013). *IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE*. *El Buzón de Pacioli*.
- Olvera Romero, I., & Scherer Leibold, A. O. (2009). *El Cliente y la Calidad en el Servicio*. Mexico.
- Rodríguez Valencia, J. (2006). *Administración*. Mexico.
- Sewell, C., & Browm, P. B. (1996). *Clientes para siempre*. Colombia.
- Solomon, M. (2001). *SERVICIO AL CLIENTE DE ALTA TECNOLOGÍA Y PERSONALIZADO*. AMACOM American, Management Association.

List of sources

Document	Submitted	Receiver	Message	Rank	Path/Filename
<a href="#">EXAMEN PRACTICO FINAL-LABINIA 2 -CORREGIDO.docx</a> (D16191985)	2015-11-13 16:49 (-05:00)	labiniaflores@hotmail.com			<a href="http://cl.bepensa.com/lecturas/ArteSupremo.pdf">http://cl.bepensa.com/lecturas/ArteSupremo.pdf</a>
		bjimenez2.utmac@analysis.arkund.com			PROYECTO INVESTIGATIVOmody.docx
			<a href="#">Show full message</a>		<a href="http://www.crecenegocios.com/tipos-de-clientes-y-como-tr">http://www.crecenegocios.com/tipos-de-clientes-y-como-tr</a>
			6% of this approx. 7 pages long document consists of text present in 4 sources.		TESISS DERISSE BEJARANO.pdf
				Alternative sources	
				Sources not used	

0 Warnings
Reset
Export
Share

PORTADA

CESIÓN DE DERECHO

FRONTSIFICIO

\*SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LA IMAGEN SECRETARIAL PARA EL BIEN DESARROLLO DE LAS ENTIDADES COMERCIALES\* AUTORA: LABINIA LILIBETH FLORES VILLARREAL C.I. 0921262929  
 E-mail: labiniaflores@hotmail.com TUTOR: LCDA. BIRMANIA JIMÉNEZ VILLAMAR MG. SC. C. I. 0701661324 E-mail: birmanijimenez@hotmail.com

CERTIFICACIÓN

Quienes conformamos el Comité Evaluador, certificamos haber leído y aprobado el presente documento de titulación presentado por la egresada Labinia Lilibeth Flores Villarreal. Lcda. Birmania Jiméneza Villamar, Mg. Sc. C. I.: 0701661324 Lcda. Beatriz Peralta Mocha, Mgs. C.I.: 0702130600 Lcda. Joanna Micaela Pizarro Romero C.I.: 0703904615

DEDICATORIA

Con estima y consideración, dedico este trabajo de titulación a mis padres, especialmente a mi madre, la primera persona que creyó en mi capacidad e inteligencia, quien con sacrificio y cariño apoyó cada una de mis exigencias estudiantiles, aprobando mis intereses personales como profesionales. Gracias a ella he llegado hasta aquí. Es verdad que nadie es perfecto, pero mi madre con sus virtudes y defectos supo encaminar mi vida con cautela y dedicación, ella fue testigo de mis