



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

**“MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y
CRÉDITO “FOCASH LTDA. DE LA CIUDAD DE
SHUSHUFINDI”**

**TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO
DE INGENIERA COMERCIAL**

AUTORA:

Gilma Yolanda Jiménez Quintanilla

DOCENTE:

Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mgs.

**LOJA – ECUADOR
2017**

CERTIFICACIÓN

Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mgs.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Una vez realizado el trabajo de investigación denominado: “**MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “FOCASH LTDA. DE LA CIUDAD DE SHUSHUFINDI”**”, realizada por la señorita **Gilma Yolanda Jiménez Quintanilla**, previa a la obtención del Grado de **Ingeniera Comercial**, se autoriza su presentación para su evaluación a través del tribunal correspondiente.

Loja, Octubre del 2017.

Atentamente,



Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mgs.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Gilma Yolanda Jiménez Quintanilla**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

Autora: Gilma Yolanda Jiménez Quintanilla

Firma: 

Cédula: 2100303573

Fecha: Loja, Octubre del 2017

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, **Gilma Yolanda Jiménez Quintanilla**, declaro ser autora de la tesis titulada: **“MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “FOCASH LTDA. DE LA CIUDAD DE SHUSHUFINDI”**, previa a la obtención del Grado de **Ingeniera Comercial**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 31 días del mes de Octubre del dos mil diecisiete, firma la autora.

FIRMA:.....

AUTORA: Gilma Yolanda Jiménez Quintanilla

CÉDULA: 2100303573

DIRECCIÓN: Sucumbíos, Shushufindi, Cooperativa Atahualpa S/N.

CORREO ELECTRÓNICO: yolandajimenezyli@hotmail.com

TELÉFONO: 0993903140

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mgs.

TRIBUNAL DE GRADO:

Presidente: Ing. Carlos Rodríguez Armijos MAE.

Vocal: Ing. Víctor Nivaldo Anguisaca MAE.

Vocal: Ing. Edwin Hernández Quezada Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi más sincero agradecimiento y gratitud a la Universidad Nacional De Loja, a los docentes de la carrera de Administración de Empresas, quienes con dedicación y solvencia académica impartieron sus valiosos conocimientos y sus sabias experiencias brindándome su apoyo en todos los momentos de mi formación profesional.

De manera especial quiero expresar mi agradecimiento al Ing. Galo Salcedo López Mgs., director de Tesis, quien supo guiar la presente para culminar con éxito el trabajo de tesis.

Gilma Yolanda Jiménez Quintanilla

DEDICATORIA

Este presente trabajo es dedicado a Dios, quien supo guiarme por un buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi madre mi hija, mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome en las buenas y en las malas por desvelarse junto a mí.

Gilma Yolanda Jiménez Quintanilla

a. TITULO

**“MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
“FOCASH LTDA. DE LA CIUDAD DE SHUSHUFINDI”**

b. RESUMEN

El objetivo General de la presente investigación es el Medir el nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “FOCASH” Ltda., de la ciudad de Shushufindi, el mismo que permite determinar el estado actual de la cooperativa “FOCASH LTDA.” Que sirva de guía para la aplicación de un modelo medición del nivel de satisfacción de los clientes y conduzca a obtener los objetivos plateados

Se hizo un análisis actual de la compañía el mismo que permitió conocer la influencia de la satisfacción de los clientes en el desarrollo de la cooperativa, para luego elaborar el análisis FODA, índice de competitividad y finalmente realizar una propuesta de satisfacción para la Cooperativa de Ahorro y Crédito “FOCASH” LTDA.

Por lo expuesto se aplicaron métodos y técnicas, dentro de las primeras se utilizó el método científico, el métodos inductivo, el método deductivo, el métodos histórico, el método sintético y el método estadístico; y, en cuanto a las técnicas se aplicó la investigación bibliográfica, la entrevista realizada al Gerente y la encuesta realizada a los clientes de la Cooperativa.

Dentro de los principales resultados obtenidos en el proyecto objeto de estudio se puede mencionar que la cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH” LTDA, es una entidad que tiene buena influencia en el medio

donde se desarrolla. Sin embargo enfrenta dificultades tales como bajo capital de inversión, no existe conocimiento adecuado del mercado en el que se desenvuelve, fidelidad de sus clientes.

De la misma forma, se determinó que la cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH" LTDA, no cuenta con un sistema de gestión por procesos, que la prestación de sus servicios debe mejorar, que existe un porcentaje del 66,67% de insatisfacción, respecto a los costos que cobra por sus servicios el 59,90% no está conforme con ello.

Finalmente, se plantearon estrategias de solución que mejoraran la satisfacción de los clientes de la Cooperativa; por ello, para llevar a cabo dichas estrategias, los directivos de la cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH" LTDA, deben invertir en incrementar la cartera de productos y servicios, diseñar un sistema de gestión por procesos, capacitar al personal y adquirir cajeros automáticos para agilizar el servicio de los clientes.

ABSTRACT.

The general objective of the present investigation is to measure the level of satisfaction of the customers of the Cooperative of Savings and Credit "FOCASH" Ltda., Of the city of Shushufindi, the same one that allows to determine the current state of the cooperative "FOCASH LTDA . "That serves as a guide for the application of a model measuring the level of satisfaction of the clients and leads to obtain the silver targets

A current analysis of the company was made, which allowed to know the influence of customer satisfaction on the development of the cooperative, to then develop the SWOT analysis, competitiveness index and finally make a satisfaction proposal for the Savings Cooperative and Credit "FOCASH" LTDA.

For the exposed methods and techniques were applied, within the first used the scientific method, the inductive methods, the deductive method, the historical methods, the synthetic method and the statistical method; and, as for the techniques, the bibliographic research, the interview made to the Manager and the survey made to the clients of the Cooperative were applied.

Among the main results obtained in the project under study, it can be mentioned that the credit union "FOCASH" LTDA, is an entity that has good influence in the environment where it is developed. However, it faces

difficulties such as low capital investment, there is no adequate knowledge of the market in which it operates, customer loyalty.

In the same way, it was determined that the credit union "FOCASH" LTDA, does not have a process management system, that the provision of its services must improve, that there is a percentage of 66.67% of dissatisfaction, Regarding the costs it charges for its services, 59.90% do not agree with it.

Finally, solution strategies were proposed that would improve the satisfaction of the members of the Cooperative; therefore, to carry out these strategies, the directors of the credit union "FOCASH" LTDA, should invest in increasing the portfolio of products and services, design a process management system, train staff and acquire ATMs to expedite customer service.

c. INTRODUCCIÓN

Toda Cooperativa de Ahorro y Crédito, sin importar su tamaño o el sector en que se desenvuelve, requiere realizar una medición de la satisfacción de sus clientes, este debe reunir una serie de requisitos para ser eficaz y exige de sus responsables una aproximación realista con la situación de la cooperativa; que su elaboración sea detallada y completa; debe incluir y desarrollar todos los objetivos; deben ser prácticos y accesibles para todo el personal; de periodicidad determinada, con sus correspondientes mejoras; y compartido con todo el personal de la Cooperativa.

La Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Ltda.” de La Ciudad de Shushufindi no es la excepción ya que en la actualidad la organización pretende consolidarse en el mercado crediticio local, como una institución confiable y segura siendo así la fuente de crecimiento constante que les va a permitir romper barreras y promover el crecimiento mediante los servicios financieros.

Las cooperativas de ahorro y crédito son sociedades cooperativas cuyo objetivo social es atender las necesidades financieras de sus clientes mediante el ejercicio de las actividades propias de las entidades de crédito.

Hoy en día las cooperativas han enfrentado avances tecnológicos, con una economía moderna que conlleva a cambios estratégicos y operativos

afrentando un clima de cambio y planificación; el interés de aprovechar al máximo las oportunidades ofrecidas por el mercado siempre ha estado presente para la "cooperativa de ahorro y crédito " FOCASH Ltda." La cual dentro de su proceso de crecimiento y mejoramiento continuo identificó la ausencia del nivel de satisfacción el cual no le ha permitido concretar de manera efectiva sus objetivos.

Con el presente estudio se pretende que la "Cooperativa de ahorro y crédito " FOCASH Ltda." pueda aprovechar las oportunidades del sector, mediante la implementación de nivel de satisfacción de sus clientes, para lo cual se realizó una evaluación interna de la cooperativa , a través del estudio de las diferentes áreas que la componen, seguido de un análisis de la competencia directa del sector, detectándose aquí las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, para luego definir los pasos y procedimientos a seguir en la consecución de los objetivos planteados, aprovechando así las ventajas competitivas que presenta el sector donde se encuentra establecida la "cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH Ltda."

En este sentido, el estudio a través de propuestas, busca mejorar la situación, económica actual de la cooperativa y por ende a quienes contribuyen en las actividades que realiza la misma, mejorando sus ingresos económicos para lograr un mayor desarrollo organizacional y empresarial, y de esta manera brindar a sus clientes servicios de calidad con calidez y en el tiempo justo para ganar mayor fidelidad de estos.

Es muy importante la realización de medición del nivel de satisfacción ya que permitirá optimizar los recursos tanto financieros como humanos, así se fijara los objetivos en base a estrategias, cabe recalcar que cada estrategia ayudará a dar solución a los diferentes problemas que enfrenta la entidad y los resultado que se espera después de la aplicación del presente plan es: la captación de nuevos clientes y lograr la fidelidad de estos, generar mayores ingresos y por ende mejorar la rentabilidad de la Institución.

Por lo anotado es importante dar a conocer, la estructura del presente documento, mismo que inicia con el **título** que hace referencia al tema de estudio, el **resumen** que sintetiza lo más importante del trabajo investigativo, la **introducción** que expone la importancia del trabajo como aporte al desarrollo de la organización objeto de estudio, en la **revisión de literatura** se hace referencia al marco referencial y al marco conceptual, el primero en lo concerniente al cooperativismo, sus funciones, importancia y más, el segundo en cambio habla sobre las empresas, satisfacción al cliente, matriz FODA, gestión por procesos e indicadores de gestión.

Se plantea la aplicación de **materiales y métodos**, así como el desarrollo de la población y muestra aplicada, en los **resultados** se habla sobre el diagnóstico de la cooperativa, la encuesta a los clientes internos, clientes externos y la entrevista al Gerente y el levantamiento de procesos utilizados en la organización, en la **discusión** se realiza la propuesta de

misión, visión, estructura administrativa, manual de funciones, plan de mercado, plan de mejoramiento para los socios, objetivos estratégicos y diagramas de flujos de operación, posteriormente se plantearon las **conclusiones** y **recomendaciones** pertinentes, finalmente la **bibliografía** y **anexos**.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Marco Referencial

Antecedentes de las Cooperativas

Naranjo (2010), manifiesta que las “Cooperativas, fueron aprobadas por el Congreso de la Alianza Cooperativa Internacional, realizado en Manchester, en octubre de 1995, constante en su Declaración de Identidad y Principios y aceptada por la Doctrina, que dice” (pág. 3):

La Constitución del Ecuador, en sus artículos 245 y 246, consagra el carácter de Empresas Económicas que tienen las Cooperativas y su forma de propiedad, como comunitaria o de autogestión, es decir que, pertenecen a las personas que trabajan permanentemente en ellas, usan sus servicios o consumen sus productos. (Naranjo, 2010, pág. 3)

Por fin, el artículo 1 de la Ley de Cooperativas, define a estas organizaciones como las sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto, planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una Empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros (Naranjo, 2010, pág. 3)

Salta a la vista el distinto carácter que se da a la Cooperativa en las definiciones anotadas, pues, se la menciona como Asociación, como Sociedad y como Empresa, de donde surge la necesidad de precisar su naturaleza jurídica, que es el objeto de los presentes apuntes y para desentrañar aquello, nos vamos a remitir, en primer lugar, a sus características o elementos que la distinguen y la hacen diferente de otras formas empresariales. (Naranjo, 2010, pág. 4)

Cooperativa

Una cooperativa según Naranjo (2010) “es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada”. (pág. 5)

Concepto

Erique (2012), considera que “El Sistema Financiero está formado por entidades públicas y privadas encargadas de ofertar servicios financieros a sus clientes y socios, estos servicios se encuentran regulados, y se le considera como el motor de la economía de un país.” (pág. 33)

Crédito

“Es un préstamo en dinero donde la persona se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiera”. (Erique, 2012, pág. 11)

Desarrollo económico

Castaño (2014) considera que: “El desarrollo económico es la capacidad para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía del desarrollo”. (pág. 18)

Funciones del Sistema Financiero

Castaño (2014), manifiesta que “El sistema financiero es uno de los más importantes dentro de la economía, ya que cumple múltiples funciones entre ellas tenemos las siguientes” (pág. 18):

- ✓ Captar y promover el ahorro para luego canalizarlo de una forma correcta hacia los diferentes agentes económicos.
- ✓ Facilitar el intercambio de bienes y servicios a sus asociados, del tal forma que le permita ser más eficiente.
- ✓ Buscar el crecimiento económico de la población.

- ✓ Apoyar de una u otra manera para que la política monetaria sea más efectiva, y de esta manera contribuir al desarrollo local. (pág. 18)

Sistema Financiero Ecuatoriano

El sistema financiero ecuatoriano es aquel que está constituido por un conjunto de principios y normas jurídicas que se basan en un instrumento y documentos especiales que nos permiten canalizar el ahorro y la inversión de los diferentes sectores hacia otros que lo necesitan y esto conlleva al apoyo y desarrollo de la economía. (Burgal, 2011, pág. 22)

Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas que deseen utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socio, sin ningún tipo de discriminación. Desde sus inicios se considera como un valor básico de la sociedad cooperativa la soberanía de la persona sobre el resto de los factores productivos.” (Burgal, 2011, pág. 23)

Castaño (2014), manifiesta que la “Participación económica de los miembros. La participación de los socios y socias en las cooperativas es primordial, por lo cual esta se da en cuatro actividades” (pág. 21).

- ✓ Actividad de información,
- ✓ Actividades reales,
- ✓ Actividades financieras,

- ✓ Autonomía e independencia

Las cooperativas de ahorro y crédito son organizaciones independientes las mismas que están controladas por sus socios., en caso de realizar acuerdos con otras organizaciones. (Castaño, 2014, pág. 22)

Cooperativas de Ahorro y Crédito

A las cooperativas se las puede definir como: Las sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social y colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros. (Chiriboga, Sistema Financiero, 2011, pág. 22).

Importancia de las Cooperativas de Ahorro y Crédito

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito han logrado convertirse en una de las instituciones financieras más importantes, esto se debe a que siempre buscan estar cerca de los clientes que son sus socios, mismos que en la mayoría de los casos son personas de bajos recursos, y tienen dificultad para acceder a los servicios financieros, por lo tanto las Cooperativas son claves para alcanzar el desarrollo, es por ello que debemos promover su fortalecimiento

y expansión de una manera solidaria y segura, de tal forma que permita continuar contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población. (Castaño, 2014, pág. 23)

Marco Conceptual

Empresa

“Desde el punto de vista económico, empresa es la fusión de capitales para crear una organización con fines de lucro, que puede ser de diversa naturaleza jurídica y de diferentes ramos de explotación”. (Gómez, 2010, pág. 9)

En efecto, la empresa puede tener carácter individual cuando pertenece a una sola persona, o asumir la forma de una sociedad, por ejemplo, colectiva, anónima o de responsabilidad limitada. Pero además de estos tipos de empresas privadas existen también empresas públicas o del Estado y empresas mixtas, cuyos capitales son de origen privado y gubernamental. En cuanto a los objetivos de la explotación, la actividad de la empresa puede corresponder a los más variados ramos, por ejemplo, la industria del calzado, el negocio del seguro o la actividad bancario, etc. (Gómez, 2010, pág. 9)

Importancia

Gómez (2010), dice que “La importancia de las empresas radica en” (pág. 64):

- Incremento constante de la productividad: organización eficiente de los factores productivos.
- Proveer de bienes a la sociedad: incrementar la producción para satisfacer las necesidades de los demandantes. (pág. 64)}

Servicios

Albrech (2012), considera que “Los servicios son prestaciones que a diferencia de los bienes no se pueden ver, tocar, ni almacenar” (pág. 47).

Además Albrech (2012), manifiesta que “Es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente o de alguna persona común” (pág. 47).

Cliente

Del latín cliens, el término cliente es un término que puede tener diferentes significados, de acuerdo a la perspectiva en la que se lo analice. (Castaño, 2014, pág. 101)

En economía el concepto permite referirse a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual. (Castaño, 2014, pág. 101)

En este contexto, el término es utilizado como sinónimo de comprador (la persona que compra el producto), usuario (la persona que usa el servicio) o consumidor (quien consume un producto o servicio). (Castaño, 2014, pág. 101)

Cabe mencionar que los especialistas en marketing y ventas suelen distinguir entre distintas clases de clientes. Los clientes activos son los que, en la actualidad, concretan compras de manera frecuente. Los clientes inactivos, en cambio, hace tiempo que no realizan una compra por lo que es probable que estén satisfaciendo sus necesidades con la competencia". (Castaño, 2014, pág. 101)

Cliente interno

El cliente interno es el elemento dentro de una empresa, que toma el resultado o producto de un proceso como recurso para realizar su propio proceso. Después, entregará su resultado a otro trabajador de la empresa para continuar con el proceso hasta acabarlo y ponerlo a venta, y lo adquiera el cliente externo. Por lo

que, cada trabajador es cliente y a su vez proveedor dentro de la empresa. (Agueda E. , 2009, pág. 87)

Existen tres tipos de clientes internos:

- Ejecutivos. “Tienen una relación más cercana con los clientes externos. Ellos dicen cuál es el producto o servicio a ofrecer y a qué mercado va dirigido.” (Agueda E. , 2009, pág. 87)
- Comercial. “Tienen una relación directa con diferentes grupos de trabajadores, lo que hace que tengan una visión clara de la calidad.” (Agueda E. , 2009, pág. 87)
- Operativo. Se encargan de la elaboración de los productos. (Agueda E. , 2009, pág. 87)

El cliente interno debe tener información para entender el trabajo que debe llevar a cabo desde su punto de vista, de la empresa y del cliente. Además, el cliente interno debe ver la formación como una oportunidad personal y también propia de la empresa ya que se supone es algo positivo para él. (Agueda E. , 2009, pág. 87)

El cliente interno debe proporcionar información importante que surja de su trato con el cliente externo como de los productos, con

el fin de mejorar su trabajo. También, debe poseer una visión global de la empresa por lo que debe conocer el funcionamiento de todas las áreas.” (Agueda E. , 2009, pág. 87)

Cliente externo

Ballesteros (2011), sostiene que “El cliente externo es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad (bien o servicio).” (pág. 45)

Estos se pueden clasificar en tipos de Clientes

- “Clientes leales: son la base de la empresa ya que generan hasta un 50% de los ingresos.
- Clientes especializados en descuentos: son compradores regulares de acuerdo al grado de descuento que la empresa ofrece.
- Clientes impulsivos: se guían por sus impulsos, no se van de la tienda sin dejar de comprar algo.
- Clientes basados en las necesidades: tienen una necesidad y buscan un producto porque lo necesitan.

- Clientes errantes: no tienen alguna necesidad cuando entran al negocio, lo hacen de manera esporádica” (Ballesteros, 2011, pág. 105).

Diferencias entre cliente interno y externo

Existen diferencias entre los clientes internos y clientes externos en los siguientes aspectos:

- Las necesidades que satisfacen:

El cliente externo acude a la empresa a satisfacer una necesidad como alimentación, recreación, etc.; a diferencia del cliente interno que busca satisfacer necesidades de afiliación, seguridad, autoestima, autorrealización, etc. (Agueda E. , 2008, pág. 64).

Ambos clientes al recibir un producto satisfacen un conjunto de necesidades. Por su parte el cliente externo, la magnitud del conjunto es más amplia y conocida (estatus, satisfacción, autorrealización, etc.). (Agueda E. , 2008, pág. 64)

En cambio el cliente interno, para la mayoría de las personas su único fin es la obtención del dinero y no toman en cuenta otras necesidades. (Agueda E. , 2008, pág. 64)

- Las formas en que retribuyen la satisfacción de sus necesidades.

“La manera en que el cliente externo retribuye la satisfacción de una necesidad es el dinero, sin saber que es a través del esfuerzo físico y mental que realiza el cliente interno que se satisface la necesidad del primero”. (Cohen W. A., 2008, pág. 49)

Servicio al cliente.

Agueda (2008), sostiene que “Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un proveedor con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (pág. 65)

- Realizar Encuestas: Determinar de manera periódica cuáles son los servicios que el cliente demanda para identificar los posibles servicios a ofrecer. (Agueda E. , 2008, pág. 65)

- Establecer la importancia que le da el consumidor a cada servicio. (Agueda E. , 2008, pág. 65)

- La empresa debe tratar de compararse con sus competidores más cercanos para detectar verdaderas oportunidades para adelantarse y ser los mejores en el mercado. (Agueda E. , 2008, pág. 65)

- El valor percibido por el cliente es la valoración total que el cliente realiza de la utilidad de un producto basada en la percepción de lo que se recibe y se da a cambio. Este valor total comprende tres dimensiones: (Agueda E. , 2008, pág. 66)
- Valor de compra: El cliente se pregunta cuanto valor le reportará determinado producto. (Agueda E. , 2008, pág. 66)
- Valor de uso: Se relaciona con la satisfacción que produce un producto durante su uso. (Agueda E. , 2008, pág. 66)
- Valor final: Es la satisfacción que reporta al cliente después del consumo total. (Agueda E. , 2008, pág. 66)

Comunicación cliente-empresa:

Kotler (2011), manifiesta que “Analizar el tipo de comunicación que la empresa mantiene con el cliente es importante. El servicio que ofrece estará en relación con el mismo.” (pág. 104)

Los tipos de comunicación de la empresa con el cliente los clasifica Kotler en:

- **Básica:** En este tipo de comunicación no existe relación entre la empresa y el cliente: el cliente compra y no vuelve a saber de la empresa, salvo que nuevamente realice otra compra. (Kotler P. y., 2011, pág. 104)
- **Reactiva:** La empresa informa al cliente en el momento de la compra y espera a su reacción si surgiera la necesidad: “Si tiene algún problema, llámenos” (Kotler P. y., 2011, pág. 104).

Con mayor servicio al cliente:

- **Seguimiento:** La empresa intenta conocer después de la compra cómo ha recibido el cliente el producto o servicio y su satisfacción con el mismo. (Kotler P. y., 2011, pág. 104)
- **Proactiva:** Desde la empresa hay contacto habitual con el cliente y esto permite una mayor satisfacción del cliente. Se le contacta para actualizar el producto o servicio, para conocer su satisfacción, para mejorar el servicio. (Kotler P. y., 2011, pág. 104)
- **Asociativa:** Empresa y cliente colaboran para encontrar soluciones a los problemas que ambos enfrentan y buscar oportunidades de mejorar. (Kotler P. y., 2011, pág. 104)

Satisfacción del cliente

Es un concepto inherente al ámbito del marketing y que implica como su denominación nos lo anticipa ya, a la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en el al momento de adquirirlo. Es decir, es la conformidad del cliente con el producto o servicio que compró ya que el mismo cumplió satisfactoriamente con la promesa de venta oportuna. (Torres C. E., 2009, pág. 112)

Además este autor dice que “Cabe destacar, que la satisfacción del cliente es el resultado directo entre la comparación del rendimiento percibido en el producto o servicio con las expectativas que presentaba. (Torres C. E., 2009, pág. 112)

Por lo expuesto, la cuestión de la satisfacción del cliente resulta ser una de las metas comerciales a las cuales cualquier empresa que comercializa productos y servicios debe aspirar, dado que el cumplimiento de la misma será determinante para que el cliente vuelva a elegir el servicio, o reincida en la compra del producto en cuestión. Cuando un producto o servicio cumple con aquello que promete y encima ofrece un precio razonable para el consumidor, éste, no dudará a la hora de volver a inclinarse por él y ni hablar si el mismo excede en demasía lo que se esperaba de él, tal situación

hará que el cliente se convierte en absoluto fanático y no solo siga comprando el producto o servicio sino que además lo recomendará a su entorno. . (Torres C. E., 2009, pág. 113)

Entonces, satisfacer correctamente al cliente sin lugar a dudas se erige como LA clave del éxito comercial de una empresa, por tanto, el departamento de marketing, encargado generalmente de este tópico, deberá poner especial cuidado e hincapié en esta cuestión imprescindible y NO defraudar al cliente. (Torres C. E., 2009, pág. 113)

En tanto, existen algunas maneras, tips básicos, para conseguir la tan ansiada satisfacción del cliente, como ser: que el producto ostente calidad, cumplir con la promesa de venta, ofrecer un adecuado servicio del cliente que contribuya a la solución de los inconvenientes en caso de presentarse, lo que incluye, rápida atención del problema y también el ofrecimiento de servicios adicionales, como ser entrega a domicilio, atención telefónica, garantía, entre otros.” (Torres C. E., 2009, pág. 115)

Medición de la satisfacción.

Niveles de satisfacción.

Todo cliente una vez concluida la compra o la prestación del servicio puede identificarse en su satisfacción bajo tres niveles:

1. Insatisfacción: se dice insatisfacción cuando el cliente percibe que el producto o servicio no llega a cubrir sus expectativas.

2. Satisfacción: es un punto en donde el servicio o desempeño del producto coincide con las expectativas esperadas por el cliente.

3. Complacencia: cuando las expectativas del cliente sobre el producto o servicio son superadas.

Cada uno de estos parámetros guarda una relación con el posterior comportamiento del cliente y que obviamente incide directamente sobre la empresa, así si un cliente se siente insatisfecho, ya no regresará por el mismo servicio lo que ocasiona pérdidas, por su parte un cliente satisfecho efectivamente se siente a gusto, pero, si le ofrecen algo mejor no dudará en aceptarla, en cambio el cliente complacido creara lealtad y fidelidad con la marca, por sobre otras opciones. (Colunga, 2006, p. 83).

De ahí la importancia de medir constantemente la satisfacción de los clientes, ya que estos datos aportan información trascendental para saber si se está logrando una plena satisfacción, o si es necesario mejorar el desempeño de la empresa e incluso identifica las áreas específicas sobre las cuales actuar, proporciona las herramientas necesarias para plantear estrategias en la planeación de un sistema de satisfacción al cliente.

Métodos para la medición de satisfacción del cliente.

Para la medición de la satisfacción podemos emplear metodologías tanto cualitativas como cuantitativas.

“**Las metodologías cualitativas** (grupos focales, paneles de clientes, cliente misterioso, etc.) no requieren grandes muestras de población a analizar aunque normalmente tienen un coste más elevado y sus resultados son más complicados de tratar de manera estadística. (Chiriboga, 2011)

Bajo esta metodología se pueda además utilizar recursos como buzón de quejas o sugerencias, un número gratuito para reclamos o un apartado de sugerencia en la página web, se puede aplicar entrevistas cortas sobre el producto adquirido y su desempeño. (Chiriboga, 2011)

Las metodologías cuantitativas (encuestas) requieren mayores muestras de población aunque normalmente tienen un menor coste y sus resultados son más sencillos de tratar de manera estadística.” (Chiriboga, 2011)

La aplicación de pequeñas encuestas en el momento de terminar el servicio o de forma periódica es muy común, y aportan información muy importante, ya que puede abordar todo tipo de temas, desde aspectos propios del producto, la calidad del servicio, atención, infraestructura, higiene, etc. (Chiriboga, 2011)

El servicio al cliente en las instituciones financieras.

Al igual que cualquier otra empresa o institución, las entidades financieras de cualquier tipo sean estas bancos, cooperativas, mutualistas, en fin, buscan también captar la mayor cantidad de clientes y lograr que estos se mantengan satisfechos con el servicio prestado. (Casado, Parreño, & Ruíz, 2012)

El actual público al que se dirige el sector financiero está orientado hacia una clientela con una cultura financiera que está más empapada de información, se interesa por rentabilidad en sus ahorros, está más predispuesta a la utilización créditos y conoce y dispone de la variedad de formas de pagos, esto hace que los clientes se desenvuelvan en todos los temas, y de la misma forma esperan ser atendidos, exigen mejor atención y buen trato.

Los clientes esperan de su institución que ya los conozca de antemano, que tenga su información, sepan quién es, de donde provienen sus ingresos, cuál es su situación económica, que respondan a sus inquietudes y problemas de forma directa a su caso especial, evitando la burocracia y adaptándose a sus necesidades, además aprecia que se los trate por su nombre. (Casado, Parreño, & Ruíz, 2012)

Las expectativas del cliente respecto a las instituciones financieras se acrecientan aún más, por la calidad de información que manejan sobre su economía, por lo que otro factor que los clientes aprecian y es la

confidencialidad que maneje la institución, banco, cooperativa o según sea el caso, evitándole situaciones de fraude, estafas, o incluso temas de ámbito personal. (Casado, Parreño, & Ruíz, 2012)

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

Para el desarrollo del trabajo se utilizaron los siguientes materiales:

- Teléfono celular
- Un Computador,
- Papelería,
- Suministros de oficina,
- Grabadora de audio,
- Cámara fotográfica,
- Bibliografías

Métodos

Método Histórico

El método histórico concibe el estudio del proceso histórico de hechos fenómenos y acontecimientos que se produjeron en el pasado y que inciden en el presente.

Se utilizó el método histórico con el fin de determinar las tendencias de crecimiento de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "FOCASH" Ltda.

Método Inductivo

Es aquel método particular que alcanza conclusiones generales partiendo de antecedentes en particular. Por medio de este método se conoció los principales problemas que enfrenta la Cooperativa de Ahorro y Crédito “FOCASH Ltda.”, en cuanto a la satisfacción de sus clientes y realizar sus actividades productivas.

Método Deductivo

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. Este método permitió obtener las conclusiones y recomendaciones de los resultados que se obtuvieron.

Método Analítico

Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. En la presente se lo utilizó para analizar la situación actual de la Cooperativa y la medición del nivel de satisfacción de sus clientes.

Método Sintético

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen

Para esta investigación sirvió para delinear las políticas para evaluar la satisfacción de los clientes.

Método Estadístico

La Investigación cuantitativa asume el Método Estadístico como proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones. Por medio de este método se realizó la recopilación, tabulación, síntesis y análisis de la información obtenida tras la aplicación de las encuestas a clientes internos y externos de la Cooperativa.

Técnicas:

Durante el proceso de investigación se aplicaron las siguientes técnicas:

Investigación bibliográfica

Se utilizó la técnica de investigación bibliográfica para recoger la información existente en libros, revistas, tesis, folletos para construir a enriquecimiento del marco teórico lo que facilitó la fundamentación de todo el proceso investigativo.

La entrevista

Se hizo uso de la entrevista para obtener información referente a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “FOCASH Ltda.”, misma que se realizó al Gerente, a fin de recabar información útil para el correcto desarrollo de esta investigación.

La encuesta

Mediante el uso de esta técnica se obtendrá información certera y que contribuyó a medir el nivel de satisfacción de los clientes, aplicando dicha encuesta a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “FOCASH” Ltda; y además al cien por ciento de los clientes internos que se encuentran laborando en la Cooperativa.

Población y muestra.

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. La población se define como la totalidad del fenómeno a

estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Para esta investigación se realizó el cálculo de la muestra considerando a los clientes que tiene la Cooperativa de Ahorro y Crédito "FOCASH" Ltda, que es en un número de 385 (anexo N° 5).

Para la aplicación de las encuestas se utilizó todo el universo por tratarse de ser pequeño es decir se utilizó un censo de las 385 encuestas a los clientes de la Cooperativa.

f. RESULTADOS

Diagnóstico de la situación actual de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.

Según archivos de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Ltda.”, la entidad inició su funcionamiento el 15 de febrero del 2007 con acuerdo ministerial 000246 por la dirección nacional de cooperativas (DNC) con dos trabajadores la Ing. María Calva y la Srta. Verónica Matute, actualmente existen. 3 trabajadores”.

Al ser una cooperativa; que se crea con fondos propios de sus socios, da créditos como cajas solidarias para luego de varias gestiones obtener capital para inversión gracias al apoyo de CODESARROLLO, y que hasta la fecha sigue apoyando la iniciativa; pese a las circunstancias por las que ha tenido que pasar esta cooperativa y que es digno de admiración, en la actualidad cuenta con 385 socios.

Misión es fomentar el desarrollo de una cultura cooperativa, ofreciendo servicios sociales y financieros de acorde a la demanda, con tecnología adecuada, personal comprometida, con sentido de equidad entre los socios.

Visión ser una sociedad de personas con cultura cooperativa que busca el buen vivir, el de la comunidad y de la sociedad en general,

privilegiando a los sectores populares, con una organización solidaria, confiable y solvente.

Actualmente la institución cuenta con 385 socios y con dos oficinas: la matriz y una agencia en Shushufindi.

Al momento la cooperativa cuenta con 3 empleados, siendo el gerente general quien está a cargo de la parte administrativa.

Además no se ha realizado un análisis de las variables internas y externas que se puedan dar para realizar estrategias de satisfacción al cliente. Entre las variables internas ha determinado una misión, visión, pero no tiene objetivos; posee información confidencial en cuanto a sus finanzas y balances, mostrando que si ha incrementado su rentabilidad. Y en lo referente a las variables externas está realizar un análisis de su entorno macroeconómico es decir los aspectos tecnológicos, sociales, legales, políticos, ambientales.

La Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.” no recurrirá a financiamiento externo de alto costo, sino que se basará en impulsar el ahorro local, que tiene un costos financiero de 4% anual, que es más barato de si recurriéramos a la banca formal.

Los gastos operativos, están dirigidos a equipar y mejorar el servicio que está ofreciendo la cooperativa.

Los ingresos obtenidos cubren tanto los costos financieros como operativos.

La cooperativa tiene una tasa activa ponderada del 17%, es decir que la cooperativa por cada dólar colocado gana 17 centavos de dólar.

Mientras para captar ahorros y gastos operativos la cooperativa, gasta 6,88 centavos de dólar.

Los créditos que ofrece la cooperativa son ventajosos para los socios de la comunidad.

Las tasas de morosidad de los créditos se espera que sean bajas.

Las proyecciones se han realizado, en base del conocimiento que tiene la administración de la Cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH Cia. Ltda." de la ciudad de Shushufindi, es una institución que en poco tiempo ha mostrado aceptación en esta ciudad y sus alrededores. Por ello he decidido tomarla como objeto de estudio en la presente tesis sobre medición del nivel de satisfacción de los clientes de la cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH Ltda., de la ciudad de Shushufindi en base de estructura y proponer alternativas para mantener y mejorar su situación en el mercado.

Refiriéndonos al manejo de las finanzas como una función dentro de la Cooperativa se debe entender que es una de las más importantes, dado

que cualquier acierto puede llegar a una empresa efectiva y con prometedora, mientras que cualquier desatino nos llevaría al fracaso empresarial.

La Cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH Cia. Ltda.". Al ser esta una empresa de servicio sus ingresos son generados por los intereses ganados por créditos y por mora y comisiones por cartera, los mismos que en el año 2014 fueron de \$ 44.231,90 y en el 2015 de \$ 65.489,53.

Los ingresos entre el 2014 y 2015 tuvieron un incremento del 48%, esto se debe principalmente a la implementación de cobro de comisiones por cartera desde el año 2015, aportando de manera significativa a los ingresos de la institución.

Tasas de interés: Las tasas de interés que ofrece la cooperativa son bajas.

Plazos: Los plazos en los créditos que se otorgan en créditos son cómodos, ya que están de 12 a 36 meses plazo.

Productos financieros: La cooperativa ofrece diversidad de créditos, dirigido a diferentes actividades productivas, comerciales y de servicios.

Cobertura: La cooperativa ofrece sus servicios en la ciudad de Shushufindi y comunidades aledañas.

El segmento de mercado: La cooperativa ofrece sus servicios sobre todo a las personas que están realizando actividades productivas, que tienen ingreso bajos y medio sobre todo, porque en las parroquias de Shushufindi hay muy pocas personas que tienen ingresos altos.

Promoción: La cooperativa hace conocer sus productos y servicios a través de trípticos, hojas volantes y sobre todo de manera directa, a través de dar a conocer los servicios en las Asambleas Generales.

En la entrevista realizada a la Gerente de la Cooperativa, manifiesta que todo este proceso es muy importante en la Cooperativa, pero en la práctica no debe ser encargada una sola persona, sino se debe capacitar a todos los miembros que conforman la organización ya que la nueva metodología empresarial se basa en actividades por objetivos, en la cual el control forma parte de la misma.

Razón social

La razón social es “Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”.

Servicios y productos que ofrece la cooperativa.

Apertura de cuentas

Para aperturar una cuenta sólo tiene que cumplir los siguientes requisitos:

Persona natural, jurídica/cooperativas, extranjera

Inversiones

La mejor forma de invertir su dinero de manera segura es a través de certificados de inversión a plazo fijo de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”, donde puede programar a conveniencia el plazo y el pago de intereses.

Beneficios

- Cancelación mensual de intereses a partir de 91 días o al vencimiento
- Atención personalizada
- Crédito con garantía del DPF
- **Crédito productivo Pymes.-** Es aquel crédito dirigido a cubrir diversas actividades productivas, siempre y cuando las ventas anuales sean iguales o superiores a \$ 10.000,00 dólares.
- **Créditos de consumo.-** Aquellos créditos que tengan por destino la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios, otorgado a personas naturales cuya fuente de pago sea el ingreso fijo neto mensual.
- **Microcrédito.-** Aquellos créditos, dirigidos a financiar actividades de pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago constituye el producto de las ventas o ingresos, generados por dichas actividades.
- **Créditos garantizados con depósitos a plazo fijo.-** Créditos otorgados hasta un 90% del valor del Certificado de Depósito a

Plazo Fijo, sin encaje y de tramitación inmediata y se concederá hasta la fecha de vencimiento del depósito o su renovación.

- **Créditos emergentes.-** Operaciones con un plazo máximo de 90 días que pueden estar respaldadas con garantías personales, hipotecarias o certificados de depósito a plazo fijo para cubrir necesidades urgentes.
- **Créditos bajo convenio institucional.-** Operaciones de créditos otorgadas a miembros de instituciones públicas o privadas con quienes se haya llegado a un acuerdo interinstitucional sobre la base de la suscripción de convenios.
- **Cartas garantía.-** Documentos emitidos por la Cooperativa para abalizar convenios suscritos por nuestros socios con terceras personas, garantizados con firmas o con bienes inmuebles según los montos solicitados.

Dispensario Médico

- Medicina General
- Medicina Interna
- Ginecología
- Medicina Estética y dermatología
- Odontología
- Medicina Alternativa

Convenios para:

- Laboratorio clínico
- Imagenología
- Endoscopia
- Ortopedia
- Hospitalización
- Partos
- Cesáreas

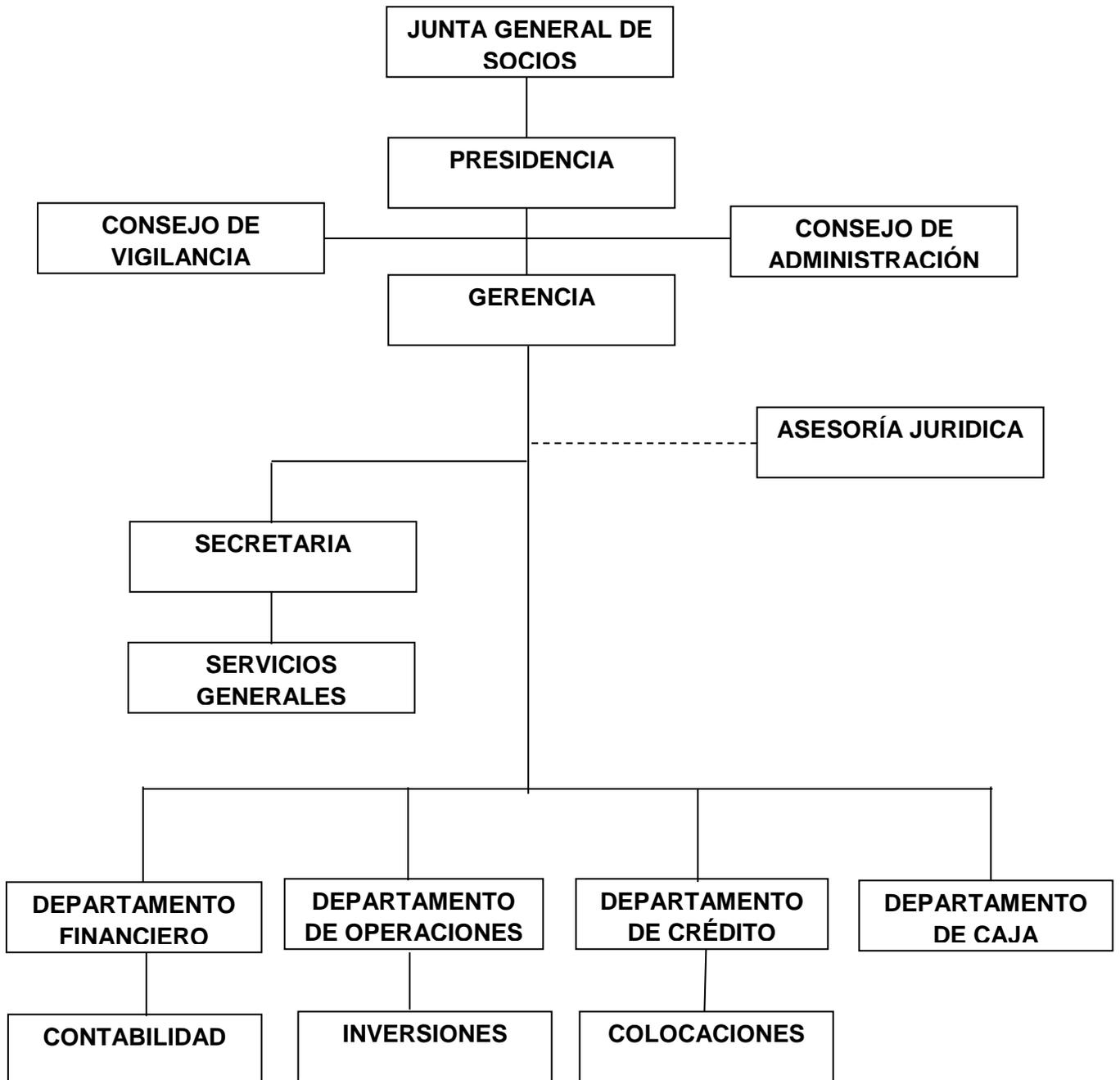
Servicios de farmacia

- 15 % de descuento

Fondo mortuario:

- Mausoleo

Gráfico N° 1. Organigrama Estructural de la Cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH Cia. Ltda."



Fuente: Cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH Cia. Ltda."
 Elaboración: La Autora

Estructura actual de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”

Nivel Legislativo:

Está conformado por la Asamblea General de Socios, es un cuerpo colegiado que conoce y resuelve las reformas al estatuto y las que entrarán en vigencia una vez que sea aprobada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, aprueba presupuestos, las políticas, objetivos, estrategias generales de la organización.

Dentro de este nivel también se encuentra el Consejo de Administración, éste se reporta con la Asamblea General, Presidencia y el Gerente General está a su mando, ésta se encarga como propósito, definición de políticas, dirigir y supervisar la gestión empresarial, en el marco de la visión y misión, consecuentemente con los objetivos generales de la cooperativa, procurando su permanente desarrollo y tiene funciones específicas.

Seguidamente también tenemos el Consejo de Vigilancia, que es el encargado de precautelar los intereses de los socios y la cooperativa, mediante acciones de control en la administración y gestión operacional de la empresa, en el marco de lo que establece la Ley General de Instituciones del sistema financiero y otros de carácter legal.

Nivel ejecutivo:

Este nivel se encuentra conformado por el Gerente quien es la persona que tiene la autoridad y responsabilidad de ejecutar las políticas y objetivos acordados por el nivel directivo superior y se reporta con el Consejo de Administración.

Este nivel tiene a su cargo a todos los jefes de las diferentes unidades operativas, es el representante legal de la empresa, además planifica, coordina, dirige y controla la gestión administrativa y financiera de la Cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH Cia. Ltda."

Nivel asesor:

Está conformado por la asesoría Jurídica tiene la función de dar información y asesoramiento respecto a los planes y a su ejecución; pero sin autoridad para decidir estas son personas altamente capacitadas y con perfiles profesionales excelentes frente a sus actividades.

Nivel administrativo auxiliar:

Dentro de este nivel se encuentran todas aquellas unidades que tiene por finalidad apoyar a las unidades operativas y administrativas para su correcta gestión, así tenemos secretarías, contabilidad, servicios generales, guardianía, entre otras.

Nivel operativo:

Este nivel está constituido para aquellas unidades que representan la naturaleza misma o razón de ser la organización, y tiene como finalidad ejecutar directamente los objetivos propuestos de los directivos.

Este nivel está conformado por el departamento Caja, operaciones y Crédito.

Valores

Honestidad: En el desarrollo de las operaciones, garantizando el respeto a los derechos, beneficios de socios y clientes.

Transparencia: En la gestión y acciones para reafirmar la confianza de los socios y clientes.

Lealtad: A las necesidades de los socios, clientes, empleados, funcionarios y directivos.

Equidad: En el trato justo a los clientes, socios, empleados, funcionarios y directivos.

Solidaridad: Que permita fortalecer el movimiento cooperativo, contribuyendo al desarrollo socio – económico en nuestra área de influencia.

Responsabilidad: En el manejo de los recursos de nuestros socios y clientes, identificándonos y aportando a la consecución de los objetivos institucionales.

Objetivos:

- a.- Promover el desarrollo socioeconómico de sus asociados y de la comunidad.
- b.- Fomentar el ahorro de la comunidad.
- c.- Conceder préstamos a sus asociados y a terceros.
- d.- Fomentar los principios de la autoayuda, autogestión y autocontrol.
- e.- Promover sus relaciones e integración con otras entidades nacionales y/o extranjeras.
- f.- Obtener fuentes de financiamiento interna y externa.
- g.- Establecer otros servicios y actividades que estén encuadradas en las leyes aplicables al sector cooperativo y financiero.
- h.- Promover la ampliación de la membresía de socios y clientes de la cooperativa.

De acuerdo a los sondeos realizados al personal administrativo como también a los usuarios que hacen uso de los servicios diariamente, han considerado que no existe un eficiente manejo del mercado como también sobre la persuasión al cliente con respecto a su aceptación de sus productos en el mercado.

Macro Localización:

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “FOCASH” se encuentra ubicado en la provincia de Sucumbíos, cantón Shushufindi.



Gráfico N° 2. Macro localización de la Cooperativa FOCASH

Fuente: Maps

Elaborado por: Yolanda Jiménez

Micro localización

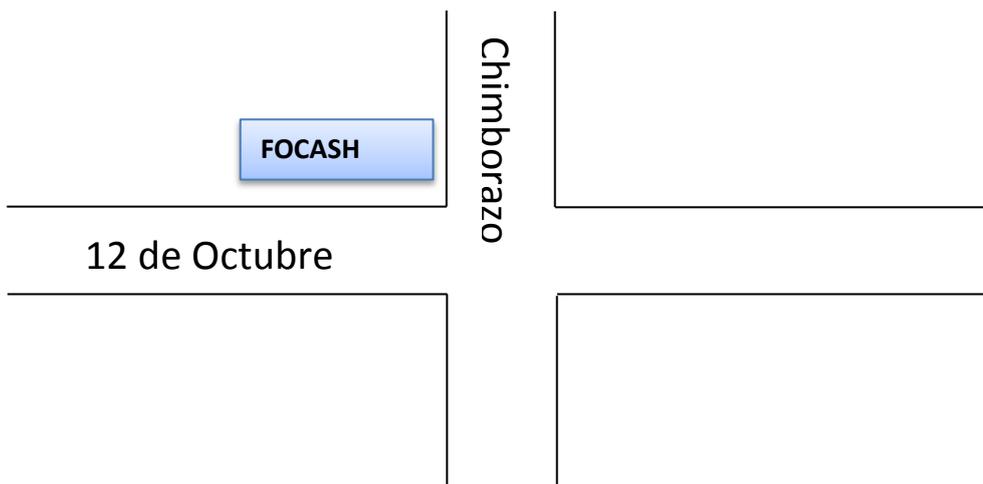


Gráfico N° 3. Micro localización de la Cooperativa FOCASH

Fuente: Cooperativa FOCASH

Elaborado por: Yolanda Jiménez

Encuestas.

Encuesta realizada a los clientes internos.

1. ¿Qué tan cómodo considera su lugar de trabajo?

Tabla N° 1. Comodidad del lugar de trabajo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy cómodo	1	33%
Poco cómodo	2	67%
Nada cómodo	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes internos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

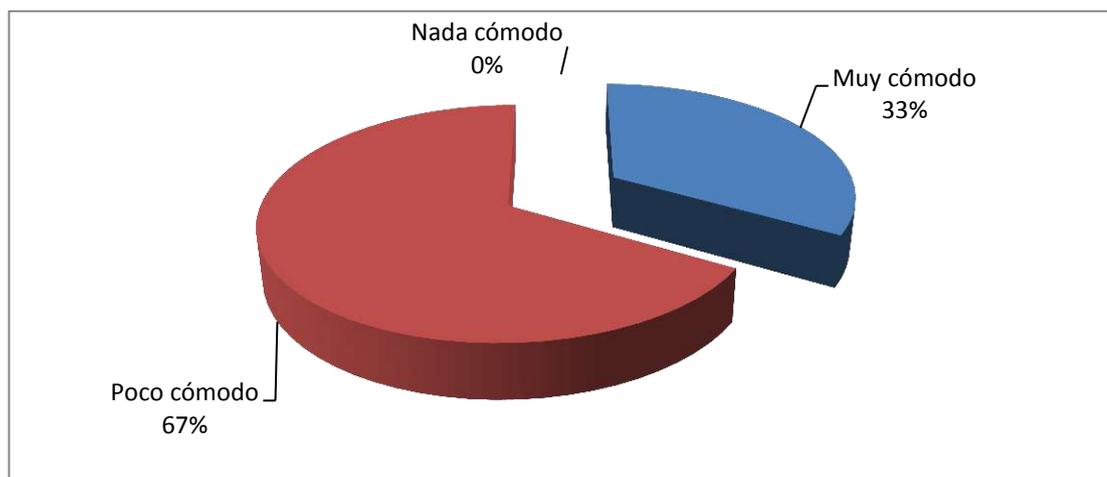


Gráfico N° 2. Comodidad del lugar de trabajo

Fuente: Tabla N° 1
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: De acuerdo a la comodidad del lugar de trabajo, el 67% manifiesta sentirse poco cómodo, el 33% se siente muy cómodo y nadie lo considera nada cómodo.

2. ¿Cómo le parece el estado de limpieza de las instalaciones?

Tabla N° 2. Estado de las instalaciones

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy limpio	2	67%
Limpio	1	33%
Sucio	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes internos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

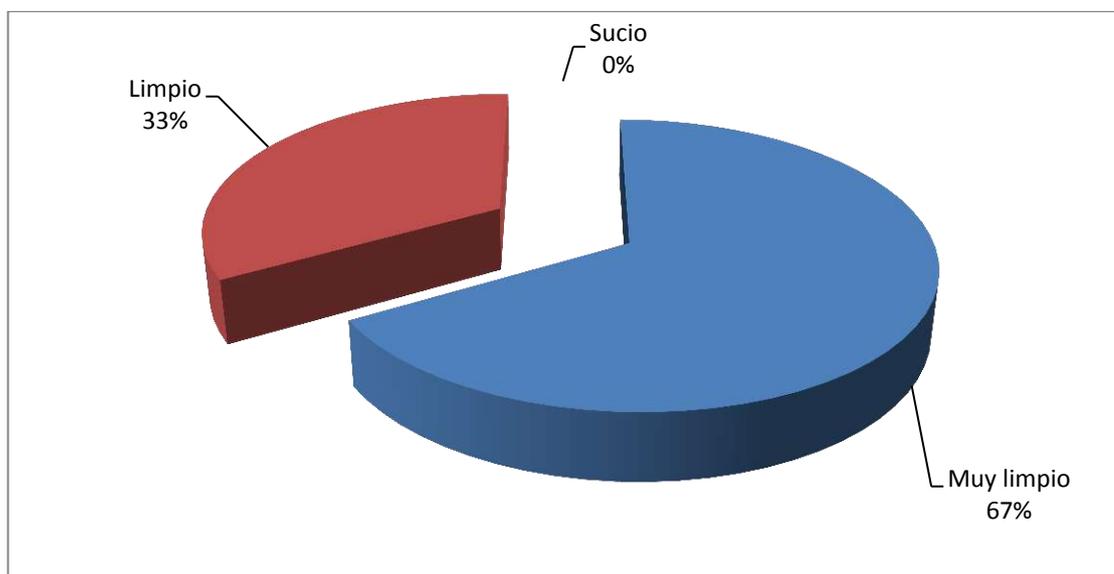


Gráfico N° 3. Estado de las Instalaciones

Fuente: Tabla N° 2
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: Cómo se determina el 67% de los encuestados manifiesta que las instalaciones de la Cooperativa son muy limpias; mientras que únicamente el 33% manifiesta que limpio ya que dicen que debería estar todo el día con mucha limpieza.

3. ¿Qué tan fluida considera que es la comunicación dentro de la Cooperativa?

Tabla N° 3. Fluidez de la comunicación interna

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy fluida	2	67%
Poco fluida	1	33%
Nada fluida	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes internos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

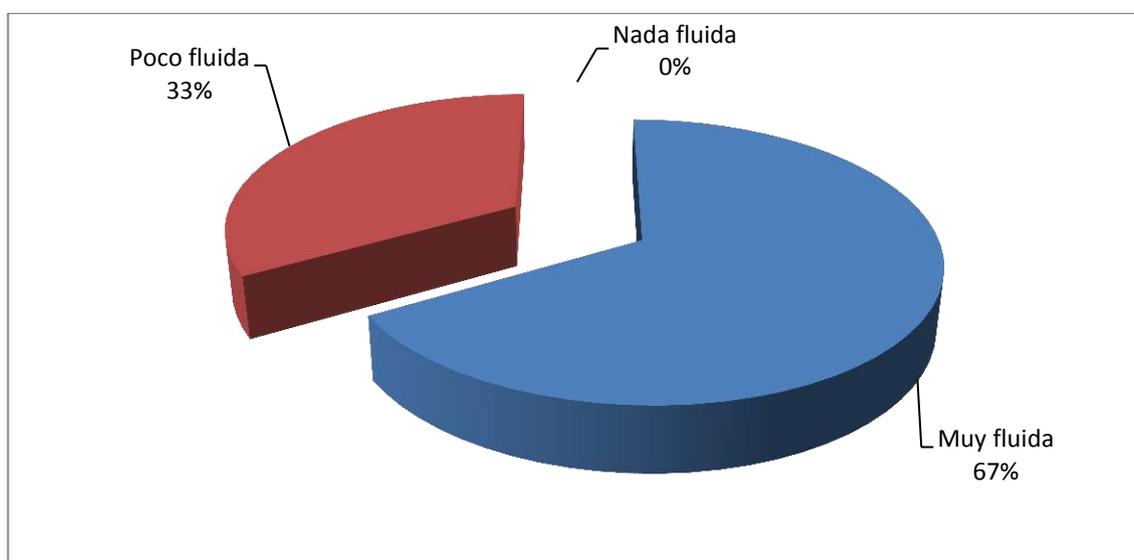


Gráfico N° 4. Fluidez de la comunicación interna

Fuente: Tabla N° 3
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: El 67% de los encuestados consideran que la comunicación existente en la Cooperativa es muy fluida; mientras, que el 33% lo considera poco fluida la comunicación.

4. ¿Cómo califica la provisión de los recursos necesarios, para que pueda desempeñarse correctamente?

Tabla N° 4. Provisión de recursos

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Buena	3	100%
Mala	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes internos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

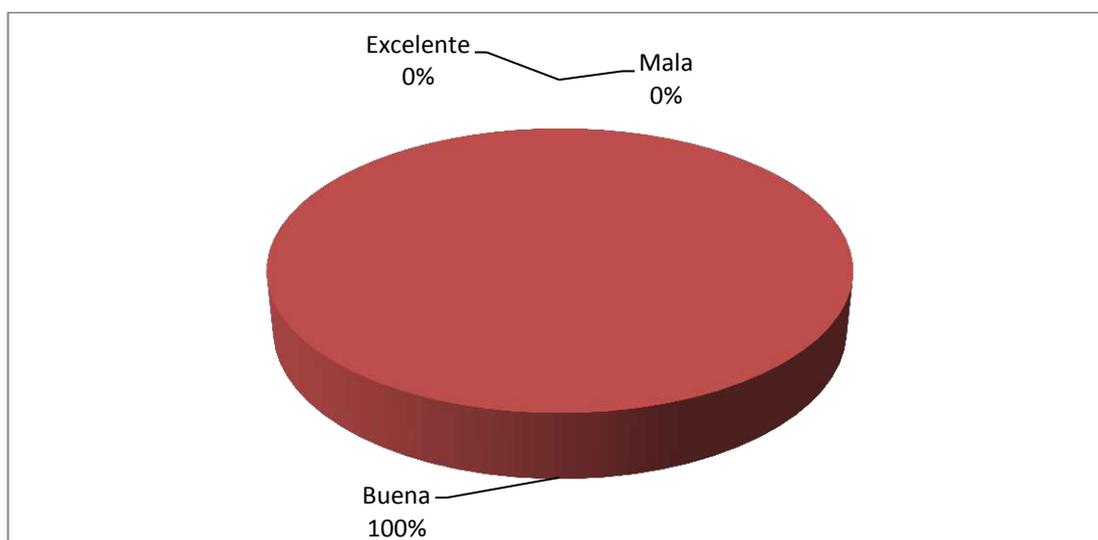


Gráfico N° 5. Provisión de recursos

Fuente: Tabla N° 4
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: En lo referente a si la Cooperativa presta los recursos necesarios para realizar su trabajo, el 100% manifiesta que la provisión es Buena.

5. Señale el nivel de satisfacción de trabajar en la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”.

Tabla N° 5. Nivel de satisfacción del cliente interno

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	1	33%
Poco satisfecho	2	67%
Nada satisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes internos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

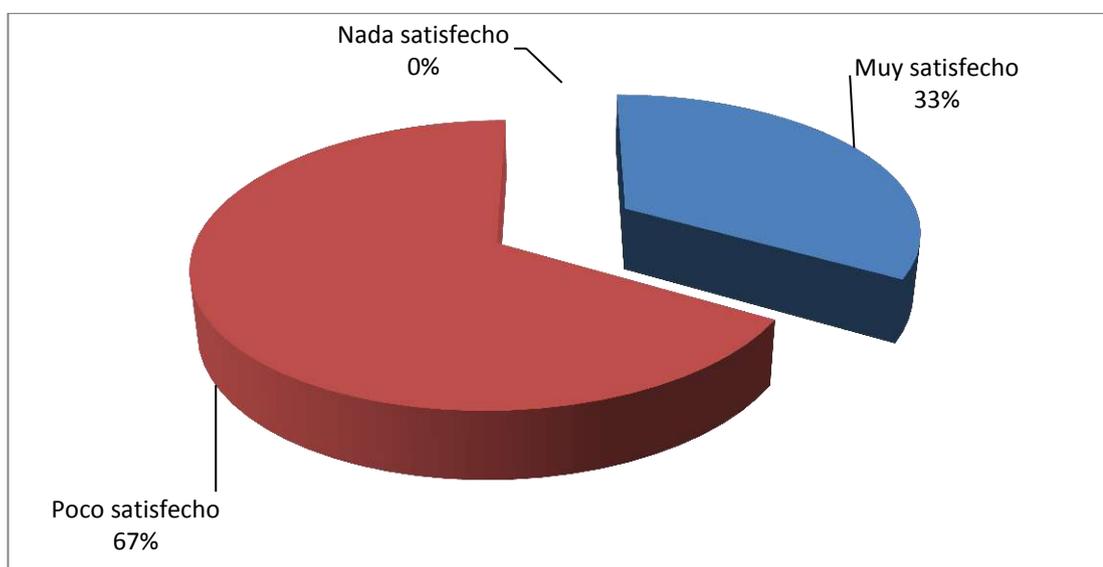


Gráfico N° 6. Nivel de satisfacción del cliente interno

Fuente: Tabla N° 5
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: El 67% de los encuestados manifiestan que es poco el nivel de satisfacción de trabajar en la Cooperativa; mientras, que el 37% restante considera que es muy satisfactorio el trabajar en la Cooperativa.

6. Califique su motivación en el desempeño de su trabajo.

Tabla Nº 6. Motivación en el trabajo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy motivado	2	67%
Poco motivado	1	33%
Nada motivado	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes internos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

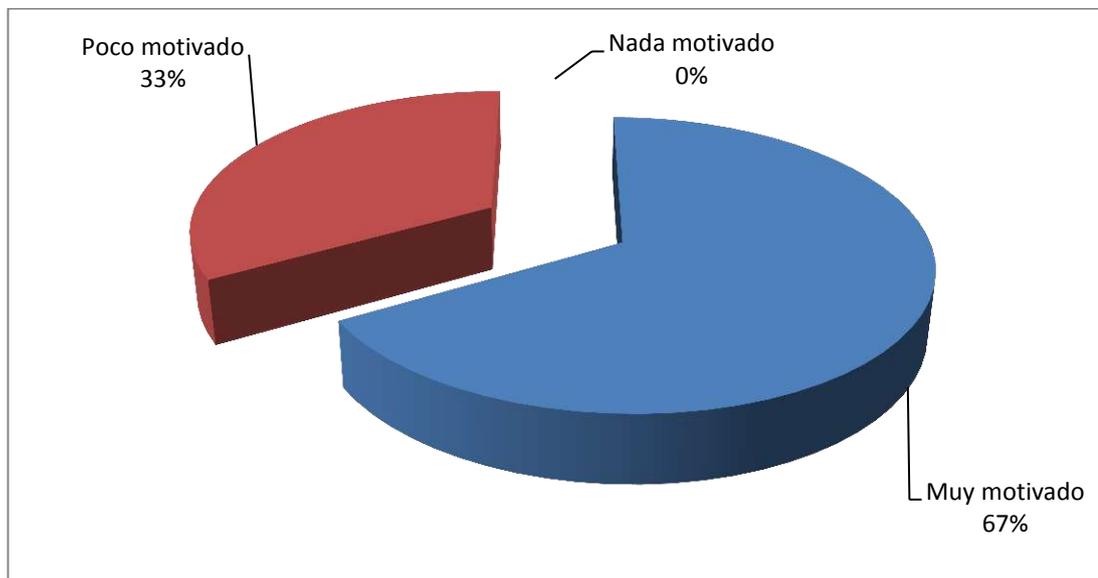


Gráfico Nº 7. Motivación en el trabajo

Fuente: Tabla Nº 6
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: En lo referente a la motivación en el desempeño de su trabajo, el 67% dice que está muy motivado y únicamente el 33% manifiesta que es poco motivado.

**Tabla N° 7.
NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES INTERNOS**

CONSIDERACIONES	NIVEL DE SATISFACCIÓN	INSATISFACCIÓN	SATISFACCIÓN	
			SATISFACCIÓN	COMPLACENCIA
Comodidad del lugar de trabajo	Muy Cómodo			33,00%
	Poco Cómodo		67,00%	
Estado de las instalaciones	Muy Limpio			67,00%
	Limpio		33,00%	
Fluidez de la comunicación interna	Muy Fluida			67,00%
	Poca Fluida		33,00%	
Provisión de recursos	Buena		67,00%	
	Regular	33,00%		
Satisfacción de trabajar en la empresa.	Muy Satisfecho			33,00%
	Poco Satisfecho		67,00%	
Motivación en el trabajo	Muy Motivado			67,00%
	Poco Motivado		33,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes internos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Análisis de la encuesta aplicada a los Clientes Internos

Cómo se puede determinar el 67% de los encuestados se encuentran con un nivel de satisfacción de complacencia en relación a la comodidad del lugar de trabajo, en relación al estado de las instalaciones el 67% esta con un nivel de satisfacción de complacencia, en lo que concierne a la fluidez de la comunicación interna existe un 67% que está con un nivel de satisfacción de complacencia, en la provisión de recursos existe un nivel de satisfacción del 67%, en la medición del nivel de satisfacción de trabajar en la Cooperativa el 67% está con un nivel de satisfacción, en cuanto a la motivación en el trabajo el 67% está con un nivel de satisfacción.

Encuesta realizada a los clientes externos.

1. ¿Qué criterio tiene de los servicios que ofrece la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”?

Tabla N° 8. Criterio sobre los servicios que ofrece la Cooperativa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ineficientes	2	1%
Limitados	34	18%
Eficientes	157	81%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

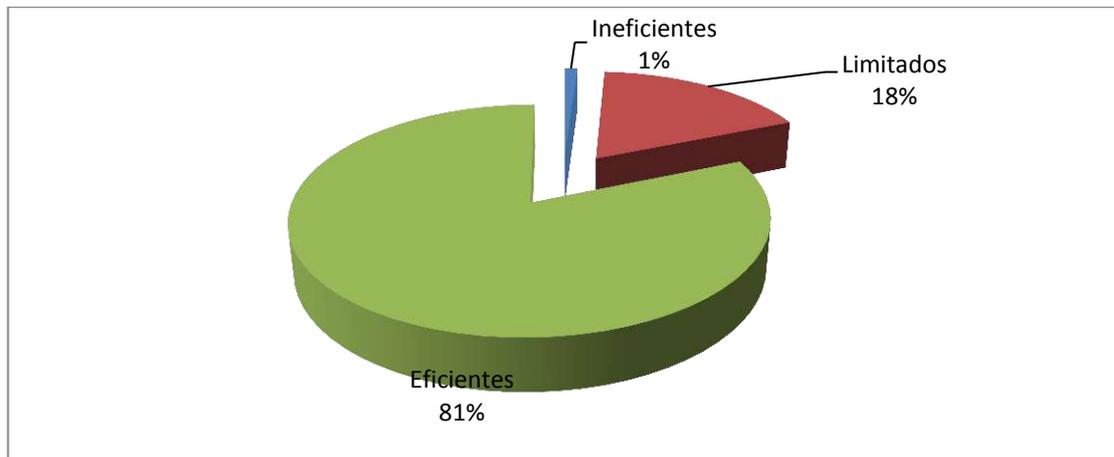


Gráfico N° 8. Criterio sobre los servicios que ofrece la Cooperativa

Fuente: Tabla N° 8
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: En esta pregunta se presentaba 3 opciones de respuesta: Ineficientes, limitados y eficientes, teniendo un 81% de los encuestados que consideran eficientes los servicios que ofrece la cooperativa, el 18% de los clientes consideran limitados los servicios y el 1% ineficientes los servicios que ofrece la cooperativa.

2. ¿Presta la Cooperativa la suficiente seguridad como para proteger a sus clientes, colaboradores y activos?

Tabla Nº 9. Seguridad de la Cooperativa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	182	94%
NO	11	6%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos

Elaborado por: Yolanda Jiménez

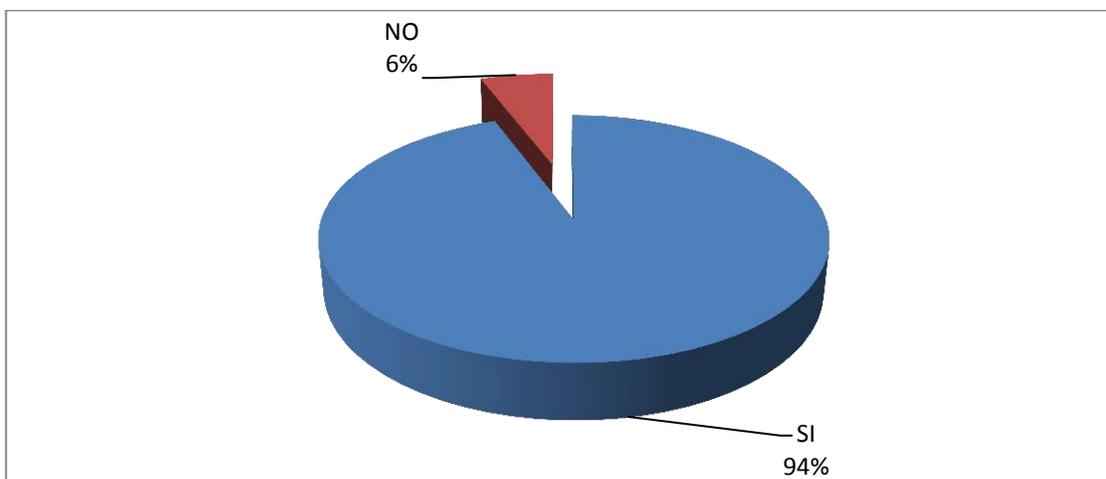


Gráfico Nº 9. Seguridad de la Cooperativa

Fuente: Tabla Nº 9

Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: En lo referente a si la Cooperativa presta la seguridad necesaria a sus clientes y socios, el 94% manifiestan que si; mientras, que el 6% consideran que no ya que al ser una Cooperativa pequeña tiene sus riesgos.

3. ¿Los principios éticos y morales han sido contemplados en todas las actividades desarrolladas por los responsables de la Institución?

Tabla Nº 10. Principios que ofrece la Cooperativa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	136	70%
NO	57	30%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

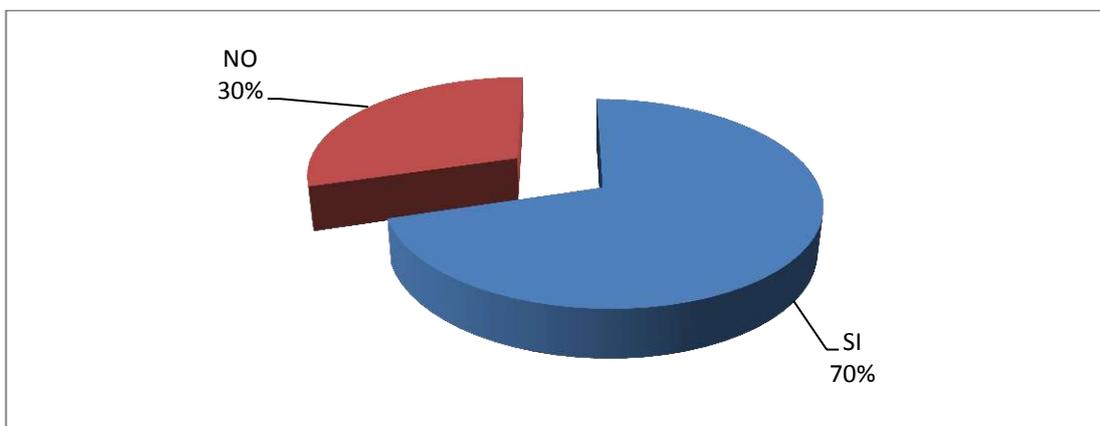


Gráfico Nº 10. Principios que ofrece la Cooperativa

Fuente: Tabla Nº 10
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: La mayoría de los encuestados, el 70% tiene plena confianza en el personal de la Cooperativa y el 30% indican que estos principios se han contemplados en parte. Esto nos indica que la mayoría del público percibe en el personal que labora en la institución valores de honradez y seriedad, esto se debe a que al ser una Cooperativa mediana no existe tanta rotación del personal, lo cual es percibido por los clientes como un signo de confianza en el personal que labora en la institución.

4. ¿Se ha mantenido y fortalecido la percepción de solvencia, excelencia, buen nombre e integridad institucional?

Tabla N° 11. Percepción sobre la Cooperativa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	98	51%
NO	95	49%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

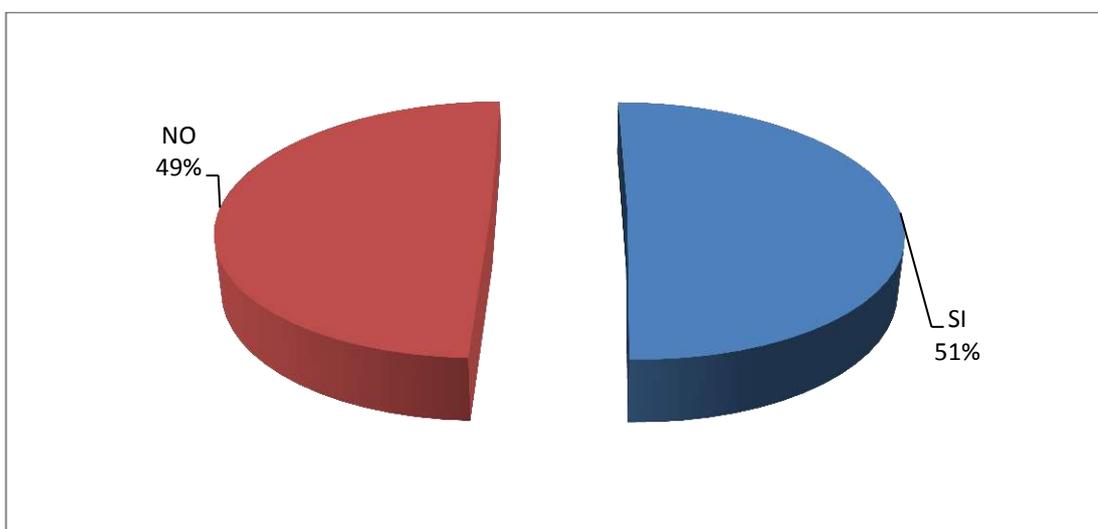


Gráfico N° 11. Percepción sobre la Cooperativa

Fuente: Tabla N° 11
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: El 51% de los encuestados, se sienten seguros de la solvencia y prestigio de la institución, y el 49% indica que la percepción de solvencia, excelencia e integridad de la Cooperativa se ha mantenido en parte.

5. ¿Se dan respuestas rápidas a los reclamos de los clientes?

Tabla Nº 12. Se dan respuestas a los reclamos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	3	1%
EN PARTE	12	6%
SIEMPRE	178	93%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

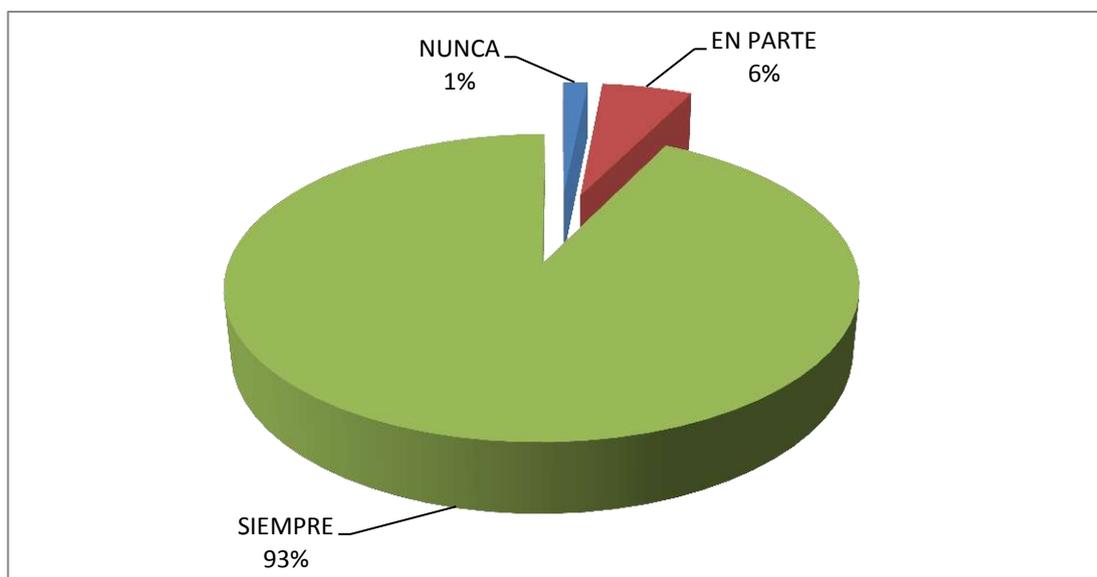


Gráfico Nº 12. Se dan respuestas a los reclamos

Fuente: Tabla Nº 12
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: Esta pregunta demuestra claramente, que los sistemas de respuestas a las reclamaciones de los clientes, no son de lo más eficientes, ya que el 93% de los encuestados indican que la agilidad en solucionar sus reclamos es cubierta siempre y en cambio el 6% consideran que en parte, y el 1% consideran que nunca.

6. ¿Cómo ve los servicios de la Cooperativa en relación a los de la competencia?

Tabla N° 13. Servicios en relación a la competencia

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Buenos	2	1%
Buenos	51	26%
Malos	140	73%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

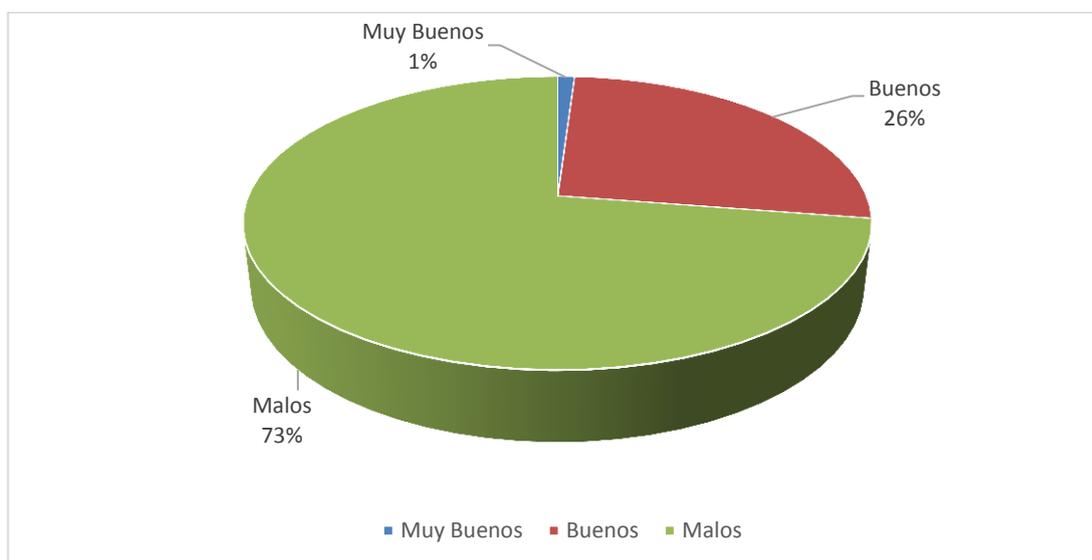


Gráfico N° 13. Servicios en relación a la competencia

Fuente: Tabla N° 13
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: El 73% de los encuestados consideran que los servicios en relación a la competencia son malos, el 26% los consideran buenos y el 1% los consideran muy buenos los servicios en relación a la competencia.

7. ¿Está el personal bien instruido en el ámbito de los productos y servicios que presta la Cooperativa?

Tabla N° 14. Personal instruido de la Cooperativa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
EN PARTE	2	1%
NORMAL	187	97%
MUY BIEN	4	2%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

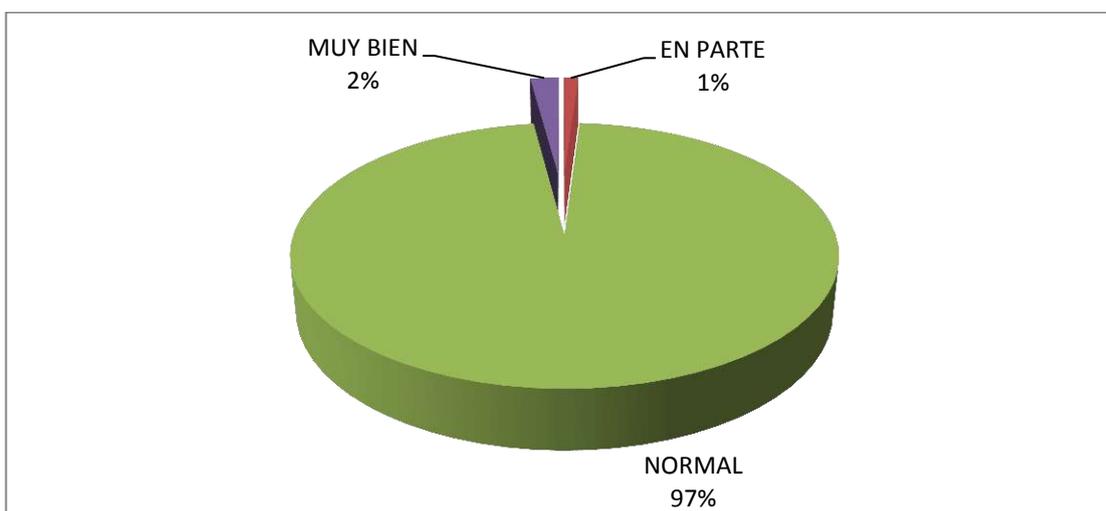


Gráfico N° 14. Personal instruido de la Cooperativa

Fuente: Tabla N° 14
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: El 97% de los encuestados encuentra al personal con un nivel de instrucción y capacitación normal sobre los servicios y productos que ofrece la institución, el 2% lo considera muy bien, el 1% en parte satisfechos con el personal de la Cooperativa.

8. ¿Cree usted que se podría desarrollar nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, Cuáles?

Tabla Nº 15. Desarrollo de nuevos productos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	191	99%
NO	2	1%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

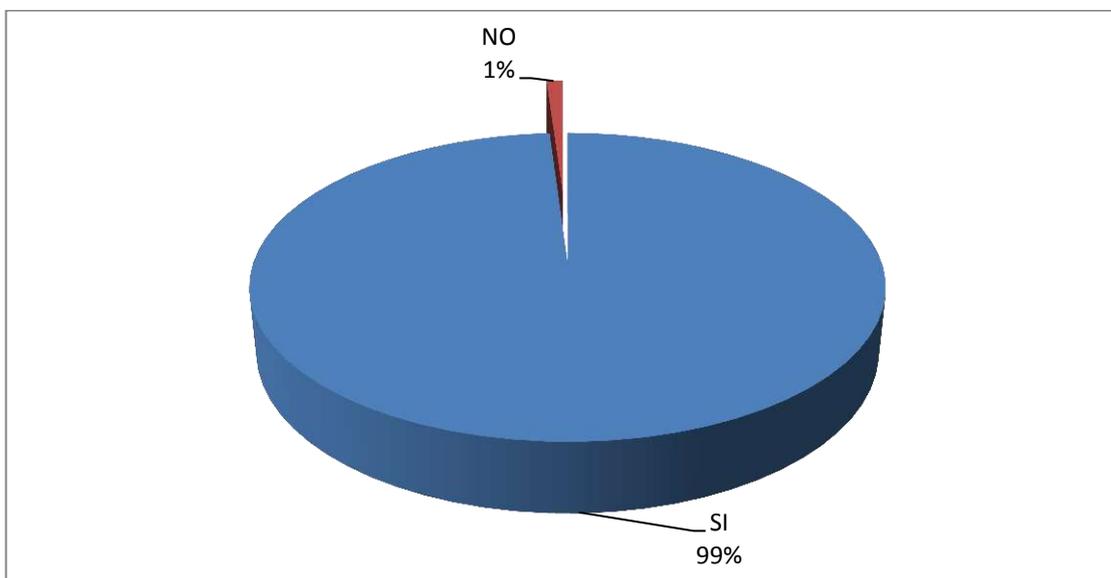


Gráfico Nº 15. Desarrollo de nuevos productos

Fuente: Tabla Nº 15
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: Aquí fueron dos las opciones: si y no, pero con una variante en caso de una respuesta fuera afirmativa, indicar: ¿Cuáles? En este caso se detalló 4 opciones, pudiendo el encuestado tomar las opciones que quisiera, los servicios que se detalló fueron los siguientes:

- a) Créditos hipotecarios a largo plazo
- b) Transferencias entre cuentas de otras Instituciones Financieras
- c) Transferencia de dinero a bajo costo para los migrantes

- d) Banca en línea (Internet) y,
- e) Otros

Para tomar en cuenta estas respuestas, se debe evaluar la capacidad tecnológica de las redes y equipos de cómputo de la institución, lo cual implica adquirir tecnología de punta para estar acorde a la era moderna.

Al tabular esta pregunta encontramos que un 99% de los encuestados si consideran que se debería incrementar los productos y servicios de la Cooperativa.

9. ¿En qué medida, usted como cliente está satisfecho de los productos y servicios que se prestan?

Tabla N° 16. Satisfacción de los productos y servicios que presta la Cooperativa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
EN PARTE	32	17%
NORMAL	62	32%
MUY SATISFECHO	99	51%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

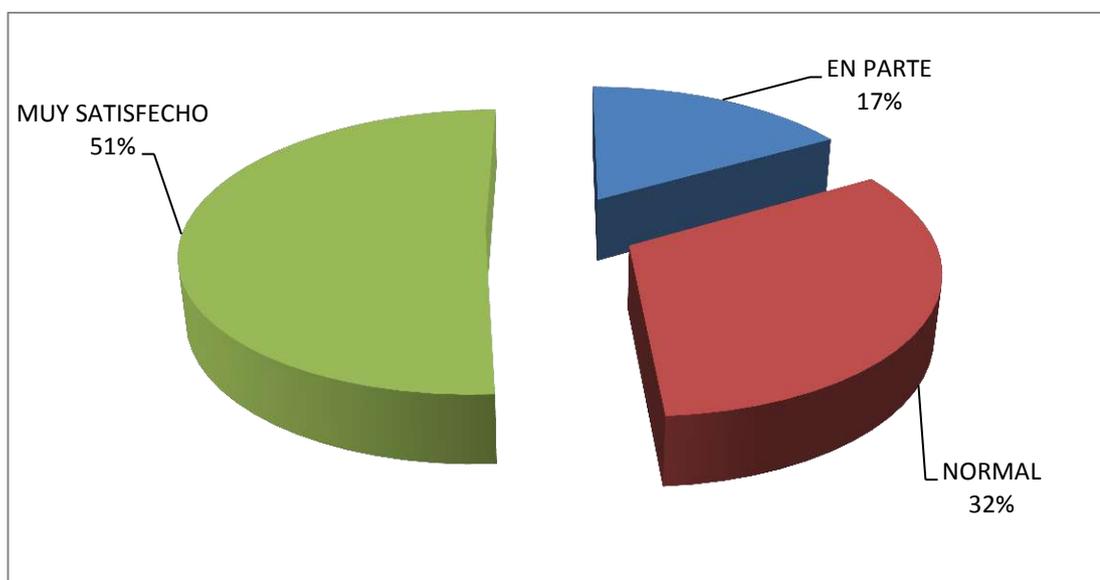


Gráfico N° 16. Satisfacción de los productos y servicios que presta la Cooperativa

Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: El 51% de los encuestados está satisfecho y encuentra normal los productos y servicios que ofrece la Cooperativa, el 32% considera que los productos y servicios que ofrece la institución es normal; y, el 17% consideran que en parte.

10. ¿Está usted conforme con los costos por servicios que tiene la Cooperativa?

Tabla N° 17. Conforme con los costos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	77	40%
NO	116	60%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

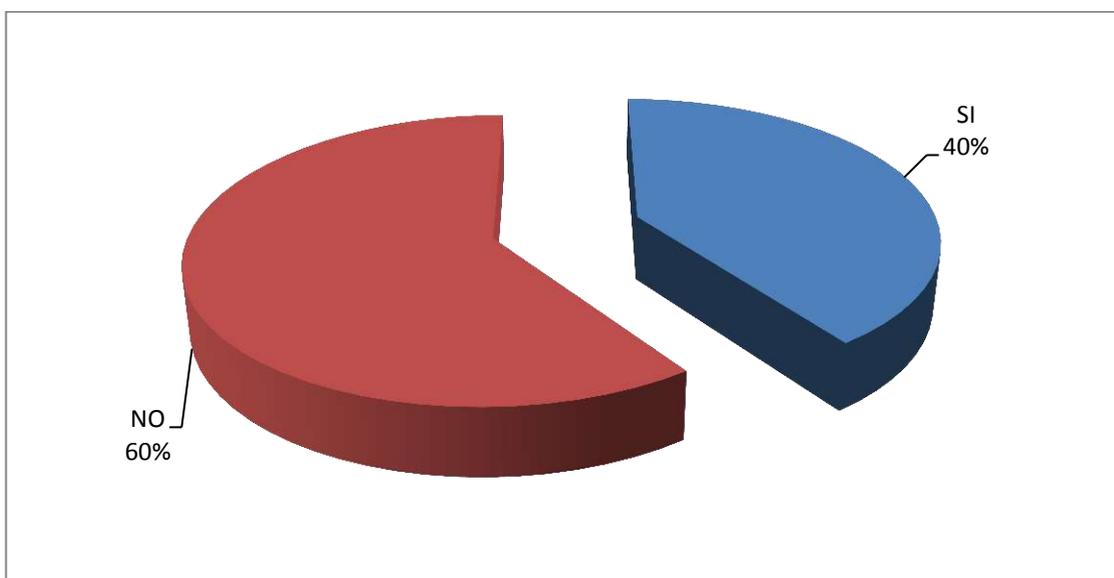


Gráfico N° 17. Conforme con los Costos

Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: Encontramos que la mayoría de los encuestados no están conformes con los costos que pagan por los servicios que ofrece la Cooperativa (60%), en cambio encontramos también un grupo de clientes si están satisfechos por los costos de estos servicios (40%).

11. ¿Qué le parecen los servicios que ofrece la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”, en comparación con otras entidades financieras de la localidad y región?

Tabla N° 18. Servicios que ofrece la Cooperativa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INEFICIENTES	6	3%
LIMITADOS	22	11%
EFICIENTES	165	85%
TOTAL	193	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

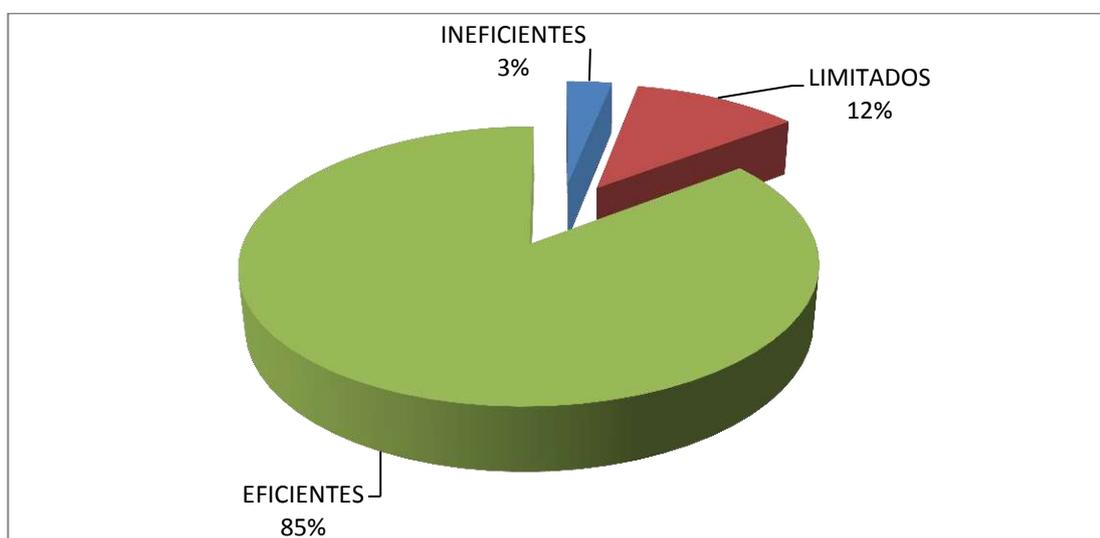


Gráfico N° 18. Servicios que ofrece la Cooperativa

Fuente: Tabla N° 18

Elaborado por: Yolanda Jiménez

Interpretación: El 85% de los clientes encuestados consideran eficientes los servicios que ofrece esta entidad en comparación con otras de la localidad, en cambio un 12% consideran completos todos los servicios que oferta la Cooperativa, el 6% consideran limitador y el 3% ineficientes los servicios que ofrece la Cooperativa.

**Tabla N° 19.
NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EXTERNOS**

CONSIDERACIONES	NIVEL DE SATISFACCIÓN	INSATISFACCIÓN	SATISFACCIÓN	COMPLACENCIA
Criterio sobre los servicios que ofrece la Cooperativa	Completos			23,00%
	Eficientes		58,00%	
	Limitados	36,00%		
Seguridad de la Cooperativa	Si			94,00%
	No	6,00%		
Principios que ofrece la Cooperativa	Si			70,00%
	No	30,00%		
Percepción sobre la Cooperativa	Si			51,00%
	No	49,00%		
Respuestas a los reclamos	Siempre			93,00%
	En parte		6,00%	
	Nunca	1,00%		
Servicios en relación a la competencia	Muy Bueno			1,00%
	Bueno		26,00%	
	Malo	73,00%		
Personal instruido de la Cooperativa	Muy Bien			1,00%
	Normal		97,00%	
	En parte	2,00%		
Desarrollo de nuevos productos	Si			99,00%
	No	1,00%		
Satisfacción de los productos y servicios que presta la Cooperativa	Muy satisfecho			51,00%
	Normal		32,00%	
	En parte	17,00%		
Conforme con los costos	Si			40,00%
	No	60,00%		
Servicios que ofrece la Cooperativa	Completos			35,00%
	Eficientes		56,00%	
	Limitados	9,00%		

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes externos
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Análisis de la encuesta aplicada a los Clientes Internos

Cómo se puede determinar el 58% de los encuestados se encuentran con un nivel de satisfacción en relación a los servicios que ofrece la Cooperativa, el 94 tiene un nivel de complacencia en la seguridad de la Cooperativa, el 70% tiene un nivel de complacencia en los principios que ofrece la Cooperativa, el 51% tiene un nivel de complacencia sobre la percepción que tiene de la Cooperativa, el 93% de los clientes externos tiene un nivel de complacencia sobre las respuestas a sus reclamos, el 73% tiene un nivel de insatisfacción sobre los servicios de la Cooperativa en comparación a la competencia, el 97% tiene un nivel de satisfacción sobre el nivel de instrucción del personal de la Cooperativa, el 99% de los clientes encuestados tiene un nivel de complacencia sobre el desarrollo de nuevos productos, el 51% tiene un nivel de complacencia sobre la satisfacción de los productos y servicios de la Cooperativa, el 60% tiene un nivel de insatisfacción sobre los costos de la Cooperativa, y el 56% tiene un nivel de satisfacción sobre los servicios que ofrece la Cooperativa.

Entrevista realizada a la Gerente de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”.

1. Tiene la Cooperativa una MISION y VISION definida

Según la información brindada por el Gerente de la Cooperativa en esta interrogante nos indica que si tiene Visión y Misión definida, pero no ha sido revisada desde el año 2007, que fue cuando se las hizo.

2. Conoce los Objetivos de la Cooperativa.

Analizando esta pregunta la Gerente de la Cooperativa indica que los Objetivos de la institución es la participación integra de los clientes, y de una administración sistemática con resultados.

3. ¿Cuenta la Cooperativa con una estructura orgánica funcional?

Referente a esta interrogante la Gerente indica que la Cooperativa si cuenta con una estructura funcional.

4. ¿Ha afectado la situación económica a los objetivos del Cooperativismo?

Continuando con nuestro análisis en esta interrogante, la Gerente indico que si le ha afectado la situación económica a los objetivos de la institución, principalmente la aportación de los socios.

5. ¿Cuenta la Cooperativa con el presupuesto adecuado para cumplir sus objetivos?

Según informe de la Gerente en esta interrogante indica que la Cooperativa SI cuenta con el presupuesto adecuado para cumplir sus objetivos.

6. ¿Cómo se financia el presupuesto?

De acuerdo a la respuesta obtenida en esta interrogante la Gerente de la institución indica que el financiamiento lo realiza con capital propio.

7. ¿Se ha cumplido con los objetivos planteados para el periodo?

Analizando esta interrogante la Gerente indica que la Cooperativa no ha cumplido con los objetivos planteados para el periodo por la razón se debe plantear mejorar la calidad del servicio con la finalidad de aumentar sus clientes y por ende su capital.

8. ¿Qué objetivos o metas están inconclusas?

De acuerdo a la respuesta obtenida por el Gerente en esta interrogante indica que la Cooperativa no ha podido cumplir con los objetivos planteados por el mismo.

9. ¿Considera las sugerencias de sus trabajadores para el proceso de toma de decisiones? ¿Por qué?

La Gerente considera que se considera las sugerencias de los trabajadores ya que cada uno tiene un punto de vista diferente y pueden aportar ideas innovadoras, que pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso.

10. La institución posee una adecuada toma de decisiones para el desarrollo de sus actividades?

En esta interrogante la respuesta fue positiva ya que la institución si aplica una adecuada toma de decisiones.

11. Como gerente, ¿Qué medidas ha tomado para mejorar la calidad de los servicios y la atención a los clientes?

En esta interrogante el Gerente de la Cooperativa indico lo siguiente:

Se ha comprado un nuevo sistema informático, se ha capacitado a la encargada de ventanilla.

Análisis de la entrevista.

De acuerdo al análisis realizado en la entrevista a la Gerente de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”, esta permitió identificar varios factores que inciden en la satisfacción y la fidelidad de los clientes externos.

Tabla N° 20.
FACTORES DE SATISFACCIÓN, ENTREVISTA AL GERENTE

N°	CONSIDERACIONES	ANÁLISIS	
		DIAGNÓSTICO	FACTORES QUE INCIDEN EN LA SATISFACCIÓN
1	Misión y Visión	Posee la empresa	1. No ha sido revisada desde su creación
2	Objetivos de la Cooperativa	Participación integral de los clientes Administración sistémica con resultados	1. No están de acuerdo con la actualidad
3	Estructura orgánica funcional	Cuenta con manual de funciones y organigrama	1. Organigrama. 2. manual de funciones
4	Situación económica	Afecta directamente al sistema Cooperativo	1. Economía del país.
5	Presupuesto para cumplir las actividades de la Cooperativa	Presupuesto necesario para cumplir con sus actividades	1. Garantía para los clientes
6	Financiamiento del presupuesto	Se lo realiza con capital propio	1. Presupuesto fuentes internas
7	Cumplimiento de los objetivos de la Cooperativa	No se ha cumplido con los objetivos de la Cooperativa	1. Falta de insatisfacción a los objetivos planteados.
8	Objetivos y metas inconclusas	Instituir mezclas promocionales. Atención personalizada periódica. Sistema de pedidos Exprés	1. Mezclas promocionales, motivan la compra. 2. Atención personalizada. 3. Atención inmediata.
9	Adecuada toma de decisiones	Las Cooperativa realiza una adecuada toma de decisiones	1. Atención personalizada. 2. Implementación de investigación de mercado.
10	Medidas para mejorar la calidad de los servicios	Se ha comprado un nuevo sistema informático, se ha capacitado a la encargada de ventanilla	1. Nuevo sistema informático 2. Capacitación.

Fuente: Entrevista al Gerente
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Levantamiento de procesos

Para el levantamiento de procesos se enfoca a los procesos operativos ya que en ello están inmersos los clientes directamente.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM. 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Solicitar información	cliente		●				5 minutos
Proporcionar información al cliente	Secretaría		●				10 minutos
Asignación del oficial de crédito	Secretaría		●				5 minutos
Presentación de documentación	Cliente		●				20 minutos
Revisión de documentación	Oficial de crédito	●					15 minutos
Verificar central de riesgo	Oficial de crédito	●					2 minutos
Análisis de crédito	Oficial de crédito	●					10 minutos
Justificación de crédito	cliente				●		31 minutos
Remitir crédito a Gerencia de acuerdo al monto	Oficial de crédito		●				10 minutos
Aprobación del crédito	Gerencia		●				20 minutos
Firma de papeles	Oficial/Socio	●					10 minutos
Legalización de documentación	Oficial de crédito	●					10 minutos
Desembolso de dinero a la cuenta del socio	Oficial de crédito		●				12 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							160 MINUTOS

Gráfico N° 20. Diagrama de Flujo Procesos "Crédito"

Fuente: Cooperativa Focash Ltda.

Elaborado por: Yolanda Jiménez

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAMIENTO 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Llenar papeleta	Cliente		●				4 minutos
Acercarse a ventanilla	Cliente		●				5 minutos
Entrega libreta, papeleta y dinero	Cliente		●				2 minutos
Ingreso de papeleta al sistema	Recibid or Pagador	●					2 minutos
Certificación de papeleta	Recibid or Pagador		●				2 minutos
Verificar y contabilizar el dinero	Recibid or Pagador	●					3 minutos
Imprimir libreta	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Entrega libreta al cliente	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Verificar depósito	Cliente	●					2 minutos
Archivo papeleta	Recibid or Pagador					●	1 minuto
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							23 MINUTOS

Gráfico N° 21. Diagrama de Flujo Procesos "Depósito"

Fuente: Cooperativa Focash Ltda.

Elaborado por: Yolanda Jiménez

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Llenar papeleta	cliente		●				2 minutos
Acercarse a ventanilla	cliente		●				5 minutos
Entrega papeleta y libreta	Cliente		●				2 minutos
Certificar papeleta	Recibid or Pagador		●				2 minutos
Ingresar al sistema informático de retiro	Recibid or Pagador		●				2 minutos
Cuenta dinero	Recibid or Pagador	●					3 minutos
Imprime libreta	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Entrega dinero	Recibid or Pagador		●				2 minutos
Entrega libreta al cliente	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Verificar la transacción	Cliente	●					2 minutos
Archivo papeleta	Recibid or Pagador					●	1 minuto
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							23 MINUTOS

Gráfico N° 22. Diagrama de Flujo Procesos "Retiro"
Fuente: Cooperativa Focash Ltda.
Elaborado por: Yolanda Jiménez

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Acercarse a ventanilla	cliente		●				2 minutos
Solicitar el valor de la cuenta	Cliente		●				4 minutos
Ingresar el número de cliente al sistema	Oficial	●					3 minutos
Promocionar el valor de la cuota	Oficial		●				3 minutos
Entregar el dinero	Recibid or Pagador		●				5 minutos
Verificar el dinero	Recibid or Pagador	●					5 minutos
Ingresar el pago al sistema	Recibid or Pagador		●				2 minutos
Imprimir comprobante de pago	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Entregar el recibo de pago	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Verificar el recibo	Socio	●					1 minuto
Archivo recibo de pago	Recibid or Pagador					●	2 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							29 MINUTOS

Gráfico Nº 23. Diagrama de Flujo Procesos "Pago de Crédito"

Fuente: Cooperativa Focash Ltda.

Elaborado por: Yolanda Jiménez

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Solicita información	cliente		●				2 minutos
Proporciona información al cliente	Secretaria		●				5 minutos
Contratar la operación	Cliente		●				6 minutos
Ingresar datos al sistema	Secretaria		●				4 minutos
Imprimir ticket monetario	Secretaria		●				5 minutos
Acercarse a ventanilla	cliente			●			5 minutos
Entrega de ticket y dinero	Cliente			●			10 minutos
Verificar dinero	Recibidor/Pagador	●					5 minutos
Ingreso de ticket monetario al sistema	Recibidor/Pagador	●					2 minutos
Regreso a atención al cliente	Cliente			●			3 minutos
Legalizar documento póliza	Secretaria		●				4 minutos
Entrega póliza	Secretaria		●				2 minutos
Verifica documento	Cliente	●					2 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							55 MINUTOS

Gráfico N° 24. Diagrama de Flujo Procesos "Depósito plazo fijo"

Fuente: Cooperativa Focash Ltda.

Elaborado por: Yolanda Jiménez

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAMIENTO 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Solicita información	Cliente		●				2 minutos
Proporciona información	Secretaría		●				2 minutos
Entrega de documentos	Cliente		●				3 minutos
Ingresa datos al sistema	Secretaría		●				4 minutos
Genera reportes	Secretaría		●				5 minutos
Llena papeleta de depósito	Secretaría		●				5 minutos
Entrega libreta y papeletas	Secretaría		●				2 minutos
Se acerca a ventanilla	cliente			●			5 minutos
Realiza depósito	Cliente		●				10 minutos
Regresa a atención al cliente	Cliente			●			2 minutos
Imprime certificación de aportaciones	Secretaría		●				2 minutos
Legaliza certificado de aportaciones	Secretaría		●				4 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							46 MINUTOS

Gráfico N° 25. Diagrama de Flujo Procesos "Apertura de cuenta"

Fuente: Cooperativa Focash Ltda.

Elaborado por: Yolanda Jiménez

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Solicitar información	cliente		●				2 minutos
Proporcionar información al cliente	Secretaría		●				5 minutos
Acercarse a ventanilla	cliente			●			5 minutos
Entrega de número de cédula	Cliente		●				1 minuto
Verificación en el sistema sobre el valor del servicio a ser cancelado	Recibidor / Pagador	●					2 minutos
Verificar y contabilizar el dinero	Recibidor / Pagador	●					5 minutos
Imprimir comprobante	Recibidor / Pagador		●				2 minutos
Entrega de comprobante al cliente	Recibidor / Pagador		●				2 minutos
Archivo de comprobante	Recibidor / Pagador					●	2 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							26 MINUTOS

Gráfico N° 26. Diagrama de Flujo Procesos "Pago servicios varios"

Fuente: Cooperativa Focash Ltda.

Elaborado por: Yolanda Jiménez

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Envía información secretaria	Secretaria		●				2 minutos
Recepción de información	Jurídico		●				2 minutos
Emite orden de pago	Jurídico		●				3 minutos
Ingresa datos al sistema	Secretaria		●				4 minutos
Genera reportes	Secretaria		●				5 minutos
Lleva papeles de cobro	Tramitador		●				25 minutos
Entrega órdenes de pago	Tramitador		●				30 minutos
Se acerca a ventanilla	cliente			●			15 minutos
Realiza depósito	Cliente		●				10 minutos
Imprime certificación de pago	Secretaria		●				2 minutos
Legaliza certificado de pago	Secretaria		●				4 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							102 MINUTOS

Gráfico N° 27. Diagrama de Flujo Procesos "Cobranzas"
Fuente: Cooperativa Focash Ltda.
Elaborado por: Yolanda Jiménez

g. DISCUSIÓN

Para determinar la propuesta de satisfacción de los clientes, tanto internos como externos, con la finalidad de que mejore la atención brindada por la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.” a sus clientes, se plantearon estrategias.

Diagnóstico de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”.

Se puede determinar que para la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”, es importante reconocer que el establecer la visión, misión y políticas de la Cooperativa, es de gran importancia, ya que mediante ellas tanto los clientes internos como clientes externos tendrán claro cuál es el horizonte que percibe la Cooperativa y cuál es su razón de ser.

En tal virtud se propone modificaciones de la visión y misión existentes en la Cooperativa, como se indica a continuación:

Visión de la Cooperativa.

“Ser una sociedad de personas con cultura cooperativa que busca el buen vivir, el de la comunidad y de la sociedad en general, privilegiando a los sectores populares, con una organización solidaria, confiable y solvente”.

Visión propuesta.

Para determinar la nueva propuesta de visión se la realiza mediante el siguiente criterio:

¿Qué queremos ser? Líderes en el sistema Cooperativo

¿En qué tiempo? Hasta fines del año 2022

¿En qué lugar? Cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos

¿Para qué? Para satisfacer las necesidades de los clientes.

¿Con qué recursos? Recursos de los clientes.

Del análisis realizado a la Cooperativa Focash., encontramos que cuenta con una Visión pero no está bien definida de tal manera que procedemos a diseñarla:

“Lograr hasta fines del año 2022 ser líderes a nivel local y provincial con reconocimiento en el sistema cooperativo provincial, comprometidos con la comunidad, promoviendo la integración cooperativa, aplicando calidad en el servicio, tecnología innovadora y una cultura social responsable, satisfaciendo las necesidades de los clientes”.

Misión de la Cooperativa

“Fomentar el desarrollo de una cultura cooperativa, ofreciendo servicios sociales y financieros de acorde a la demanda, con tecnología adecuada, personal comprometida, con sentido de equidad entre los clientes”.

Misión propuesta.

La misión debe ser diseñada tomando en consideración las siguientes preguntas:

- ¿Qué hace la Cooperativa? Ofrecer servicios financieros y no financieros
- ¿Con qué criterios lo hace? Fomentar la cultura del ahorro
- ¿Cómo lo hace? Con transparencia y honestidad
- ¿Para qué lo hace? Mejorar la calidad de vida de los clientes

Del análisis realizado a la Cooperativa, encontramos que cuenta con una Misión pero no está bien definida de tal manera que procedemos a diseñar una nueva misión:

“Somos una institución financiera, fomentamos la cultura del ahorro y administramos los recursos con transparencia y honestidad, mejorando la

calidad de vida de nuestros socios y clientes, con personal capacitado y competente que brinda sus productos y servicios con agilidad, calidad y calidez.”

Políticas propuestas.

- Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.” se esfuerza diariamente para vivir en armonía con las necesidades de la sociedad actual. Esta sociedad cumple con las leyes y reglamentos establecidos.
- Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.” valora a sus clientes.
- Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.” se gestiona de una manera coherente y proactiva.
- Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.” valora la cultura corporativa, animando a cada individuo a realizarse al máximo nivel (una empresa feliz).

Principios - Valores propuestos.

Honestidad: En el desarrollo de las actividades diarias y operacionales, garantizando al respecto a los derechos y beneficios de socios y clientes y el entorno.

Transparencia: En la gestión administrativa y financiera, en las acciones morales y éticas para reafirmar la confianza de los socios y clientes.

Lealtad: A las necesidades de los socios, clientes, empleados, funcionarios y directivos, respetando la religión, raza, color, etnias, estado económico y otros.

Equidad: Es el trato justo a los clientes, socios, empleados, funcionarios y directivos en la realización de trámites y servicios a prestarse dentro de la entidad crediticia.

Solidaridad: Que permite fortalecer el movimiento cooperativo, contribuyendo al desarrollo socio- económico en nuestra área de influencia.

Responsabilidad: En el manejo de los recursos de nuestros socios y clientes, identificándonos y aportando a la consecución de los objetivos institucionales.

Niveles Administrativos propuestos a la Cooperativa.

A fin de mejorar el desempeño de las actividades de servicio en la Cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH Cia. Ltda.", se sugiere la creación departamento de cobranzas y contabilidad, es decir, la asignación de alguna persona para que desempeñe dicho puesto de trabajo.

Nivel legislativo o directivo: Asamblea general de socios, Presidente, Consejo de administración y Consejo de Vigilancia.

Nivel Ejecutivo: Gerente.

Nivel de Apoyo o Auxiliar: Secretaria, Contabilidad y Conserje Guardián

Nivel Asesor: Asesor Jurídico.

Nivel Operativo: Departamento de servicio al cliente y cobranzas.

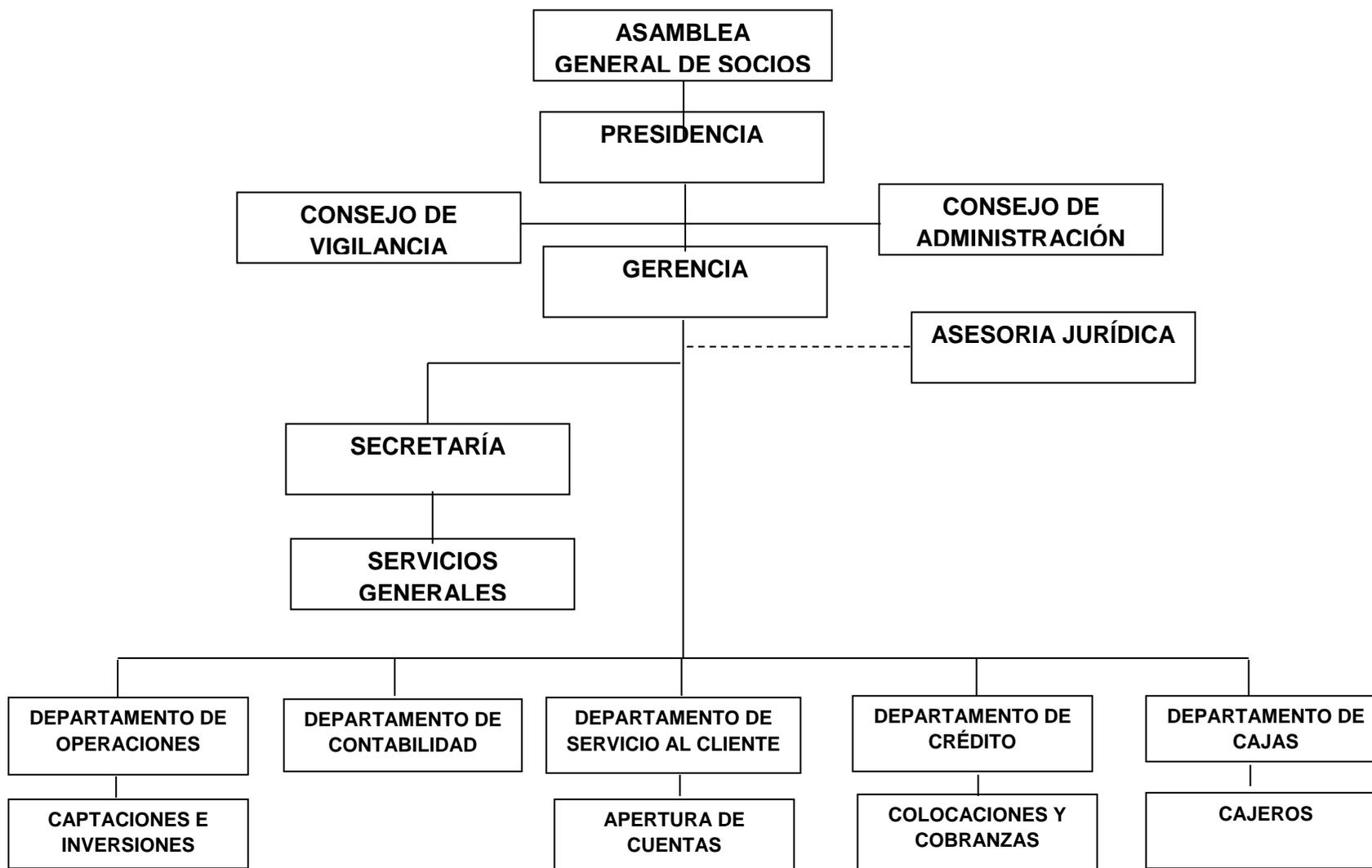


Gráfico N° 28 Organigrama estructural Cooperativa de ahorro y crédito FOCASH Cia. Ltda.
 Fuente: Cooperativa FOCASH Cia. Ltda
 Elaborado por: Yolanda Jiménez

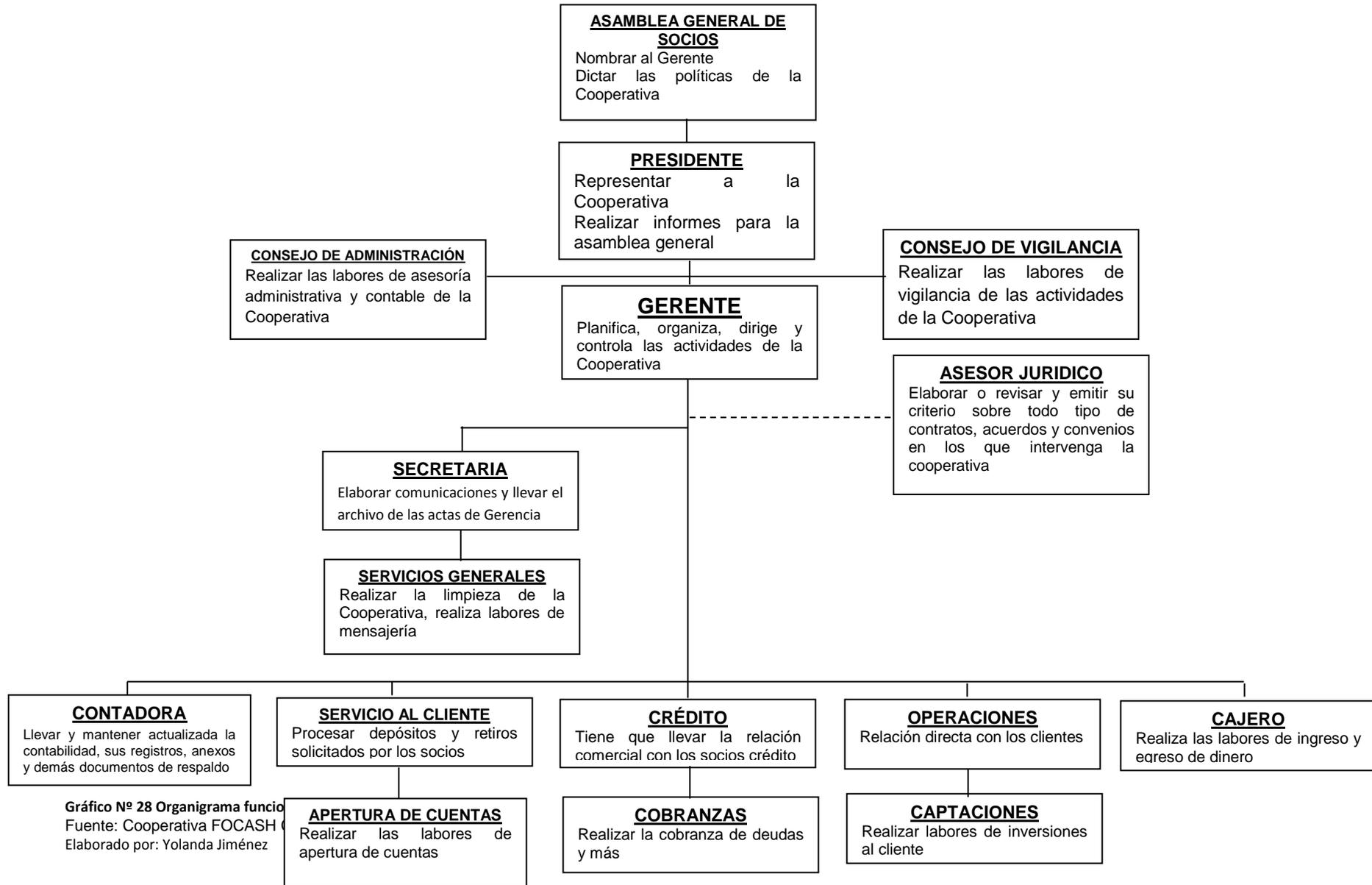


Gráfico Nº 28 Organigrama funcional
 Fuente: Cooperativa FOCASH
 Elaborado por: Yolanda Jiménez

Manual de funciones propuesto

CODIGO: 001	
PUESTO: ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS	
NIVEL JERARQUICO Personal bajo su mando: Todo el personal de Cooperativa.	
NIVEL DE DEPENDENCIA No aplica	
NATURALEZA DEL TRABAJO Constituye el Máximo nivel de representación de la cooperativa, está constituida por todos los clientes o por sus representantes delegados.	
FUNCIONES PRINCIPALES Tiene potestad legalmente para descalificar también a los consejeros elegidos, por causas establecidas legalmente, aprueba los balances anuales, de igual manera es el ente que puede autorizar reformas a los estatutos generales y otras decisiones trascendentales para la organización como la fusión y la liquidación.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE Tener responsabilidad administrativa, económica y técnica al ejecutar las tareas.	
REQUISITOS MÍNIMOS – Ser clientes de la Cooperativa	

CODIGO: 002



PUESTO: PRESIDENCIA

NIVEL JERARQUICO

Personal bajo su mando: Gerente General

NIVEL DE DEPENDENCIA Depende de la Asamblea General y del Consejo de Administración

NATURALEZA DEL TRABAJO

Planificar, la buena marcha de la Cooperativa de Ahorro y Crédito para alcanzar los objetivos propuestos.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Supervisar el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos en la cooperativa.
- Dirige la Asamblea General.
- Presentar informes administrativos el Consejo de Administración.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE Tener responsabilidad administrativa, económica y técnica al ejecutar las tareas.

REQUISITOS MÍNIMOS - Título en Ingeniería Comercial

CODIGO: 003



PUESTO: CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

NIVEL JERARQUICO

No aplica

NIVEL DE DEPENDENCIA Depende de la Asamblea General

NATURALEZA DEL TRABAJO

Está conformado por los miembros elegidos por la asamblea o sus representantes, para actuar en su nombre por un período determinado.

FUNCIONES PRINCIPALES

En su condición de representantes de los socios dirigen los asuntos políticos de la organización, a través de funciones que aseguren el cumplimiento de los estatutos. Tienen responsabilidad en la rendición de cuentas de las actividades realizadas por la dirección general.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE Tener responsabilidad administrativa, económica y técnica al ejecutar las tareas.

REQUISITOS MÍNIMOS – Ser clientes de la Cooperativa

CODIGO: 004



PUESTO: GERENTE GENERAL

NIVEL JERARQUICO

Personal bajo su mando: Secretaría- Contadora; Oficial de Cuenta; Recibidor-Pagador; Auxiliar de Servicios Generales

NIVEL DE DEPENDENCIA Depende de la Asamblea General y del Consejo de Administración

NATURALEZA DEL TRABAJO

Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la Cooperativa de Ahorro y Crédito para alcanzar los objetivos propuestos.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Representar judicial y extrajudicialmente a la Cooperativa de Ahorro y Crédito.
- Supervisar el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos en la cooperativa.
- Elaborar y dar seguimiento al cumplimiento del presupuesto y la planificación operativa anual.
- Presentar informes administrativos y financieros ante el Consejo de Administración.
- Administrar el Recurso Humano de la cooperativa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE Tener responsabilidad administrativa, económica y técnica al ejecutar las tareas.

REQUISITOS MÍNIMOS - Título en Ingeniería Comercial, Economía y Finanzas - Experiencia mínima de 2 años - Curso de Relaciones Humanas - Curso de Mercadotecnia y de Computación

CODIGO: 005



PUESTO: ASESOR JURÍDICO

NIVEL JERARQUICO No aplica

NIVEL DE DEPENDENCIA

Depende del Consejo de Administración y del Gerente General

NATURALEZA DEL TRABAJO Procurar la correcta aplicación de las normas legales, a través de una permanente asesoría, ejecución y control de los procesos contractuales, judiciales y coactivos; y ejercer la defensa de los intereses de la cooperativa en los juicios en los que interviene como actor o demandado.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Elaborar o revisar y emitir su criterio sobre todo tipo de contratos, acuerdos y convenios en los que intervenga la cooperativa.
- Prestar asesoría legal a los diferentes departamentos de la cooperativa.
- Revisar la documentación legal cuando se va a constituir una hipoteca.
- Emitir contratos de trabajo
- Efectuar el control sobre el cumplimiento de contratos y garantías
- Dirigir las acciones judiciales y extrajudiciales, tramitando los juicios en los que intervenga la cooperativa, en calidad de actor o demandado.
- Cumplir y hacer cumplir todas las disposiciones legales y estatutarias.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE Tiene que mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.

REQUISITOS MÍNIMOS - Título de Abogado - Doctor en Jurisprudencia - Dos años en funciones similares

CODIGO: 006



PUESTO: SECRETARIA – CONTADORA

NIVEL JERARQUICO No aplica

NIVEL DE DEPENDENCIA Depende del Consejo de Administración y del Gerente General

NATURALEZA DEL TRABAJO Tiene que manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la Cooperativa de Ahorro y Crédito. Ejecutar las operaciones contables y tributarias.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Llevar y mantener actualizada la contabilidad, sus registros, anexos y demás documentos de respaldo.
- Efectuar el control previo y concurrente de las transacciones financieras de la Cooperativa, de acuerdo a las disposiciones internas y las normas contables y legales vigentes.
- Gestionar las adquisiciones y pagos a terceros.
- Realizar declaraciones tributarias-
- Elaborar comunicaciones y llevar el archivo de las actas del Consejo de Administración.
- Custodiar información y documentos confidenciales de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE Tiene que tener responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operacionales contables.

REQUISITOS MÍNIMOS - Título en Contabilidad y Auditoría - Experiencia mínima de 2 años - Curso de Informática - Cursos de Relaciones Humanas

CODIGO: 007



PUESTO: OFICIAL DE CRÉDITO

NIVEL JERARQUICO No aplica

NIVEL DE DEPENDENCIA Depende del Gerente General

NATURALEZA DEL TRABAJO Tiene que llevar la relación comercial con los socios tanto en cuentas de ahorro como operaciones de crédito.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Abrir cuentas de ahorro - Instrumentar operaciones de crédito
- Apoyar en el seguimiento y recuperación de la cartera colocada
- Emitir y cancelar certificados de depósito a plazo fijo
- Establecer convenios con instituciones que beneficien a los socios y darles seguimiento.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE Tiene que administrar en forma eficiente la relación comercial con los asociados.

REQUISITOS MÍNIMOS

- Título en Ingeniería Comercial, Economía, Banca y Finanzas o carreras afines
- Conocimiento en el manejo de programas informáticos
- Experiencia mínima de 2 años
- Curso de Relaciones Humanas

CODIGO: 008



PUESTO: RECIBIDOR – PAGADOR

NIVEL JERARQUICO No aplica

NIVEL DE DEPENDENCIA Depende del Gerente General

NATURALEZA DEL TRABAJO Tiene que administrar el ingreso y egreso del dinero de los socios por concepto de depósitos y retiros realizados en ventanilla.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Procesar depósitos y retiros solicitados por los socios
- Contar y verificar el dinero entregado o recibido en presencia de los socios
- Cuadrar el efectivo diariamente y realizar el cierre de caja
- Otras tareas que le sean asignadas por su jefe inmediato.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE Tiene que verificar que las transacciones sean realizadas correctamente.

REQUISITOS MÍNIMOS

Título de Bachiller

Experiencia mínima de 2 años

Curso de Relaciones Humanas Cursos de Computación

CODIGO: 009



PUESTO: SERVICIOS GENERALES

NIVEL JERARQUICO No aplica

NIVEL DE DEPENDENCIA Depende de Gerencia

NATURALEZA DEL TRABAJO Estará encargado de las actividades de limpieza y mensajería.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Mantener limpia el área física de la cooperativa
- Realizar el pago de los servicios básicos
- Ejecutar las tareas de mensajería que le sean asignadas.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

Tiene que cumplir con las funciones encomendadas a él y no toma decisiones.

REQUISITOS MÍNIMOS

- Título de Bachiller
- Experiencia mínima de 2 años
- Curso de Relaciones Humanas

Factores que inciden en la satisfacción de los clientes internos

Como se determinó en el análisis interno se puede llegar a contextualizar que la Cooperativa se encuentra en las siguientes:

- La Cooperativa se encuentra en muy buenas condiciones de limpieza
- Existe una muy buena fluidez de la comunicación entre los directivos y los trabajadores
- Buena posición financiera
- Personal muy motivado para realizar su actividad.

Todos estos factores tienen un porcentaje de satisfacción del 67% en relación a la insatisfacción

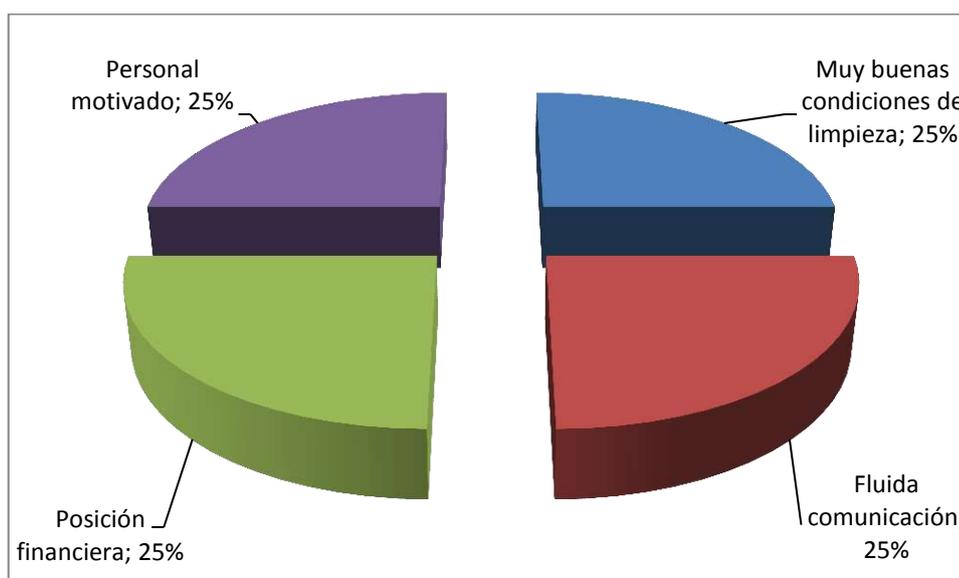


Gráfico N° 32 Nivel de satisfacción clientes internos
Fuente: Encuesta clientes internos Cooperativa FOCASH
Elaboración: La Autora

Propuesta para mejorar la satisfacción de los clientes internos.

Considerando el porcentaje de insatisfacción existente en la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”, poca comodidad en el lugar de trabajo; se propone elaborar uniformes para el personal, compra de sillones tipo gerente para la comodidad de los empleados, a fin de mejorar y agilizar la atención del servicio al cliente.

Nivel de satisfacción de los clientes externos.

Respecto a la satisfacción de los clientes externos de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”, como se muestra:

- Existe eficientes servicios.
- Seguridad financiera
- Principios éticos y morales
- Solvencia

Finalmente se muestran cuatro considerables porcentajes de insatisfacción siendo estas:

- Respuestas lentas a los reclamos
- Mala atención del personal al cliente
- Falta de cajeros automáticos
- Falta de agencias

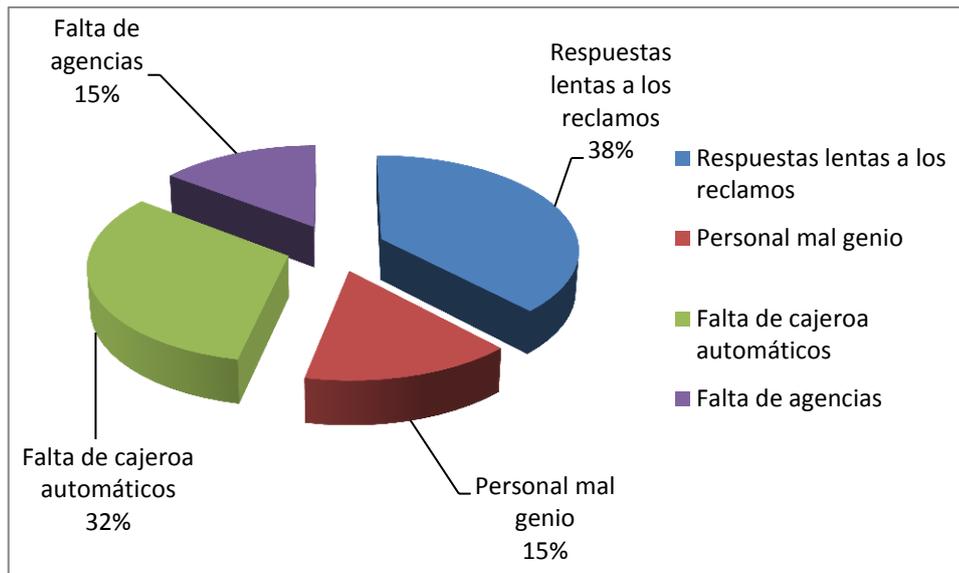


Gráfico Nº 33 Nivel de satisfacción clientes externos
 Fuente: Encuesta clientes externos Cooperativa FOCASH
 Elaboración: La Autora

Propuesta para mejorar la satisfacción de los clientes externos.

Es de gran importancia que los directivos de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”, consideren los niveles de insatisfacción, que se reflejan en la presente investigación, y tomen acciones, si desean mejorar la atención de sus clientes.

Con la finalidad de mejorar la satisfacción de los clientes externos, se propone, que se implemente un curso de capacitación de atención al cliente, a fin de se agilite la atención al cliente externo, se implemente uno o dos cajeros automáticos y una agencia de la Cooperativa.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM. 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Solicitar información	cliente		●				4 minutos
Proporcionar información al cliente	Secretaría		●				8 minutos
Asignación del oficial de crédito	Secretaría		●				5 minutos
Revisión de documentación	Oficial	●					13 minutos
Análisis de crédito	Oficial	●					10 minutos
Justificación de crédito	Cliente				●		25 minutos
Aprobación del crédito	Gerencia		●				15 minutos
Firma de papeles	Oficial/Socio	●					10 minutos
Legalización de documentación	Oficial	●					10 minutos
Desembolso de dinero a la cuenta del socio	Oficial		●				12 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							112 MINUTOS

Gráfico N° 34 Diagrama de flujo de procesos propuesto "Crédito"

Fuente: Cooperativa FOCASH Ltda.

Elaboración: La Autora

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Llenar papeleta	cliente		●				4 minutos
Acercarse a ventanilla	cliente		●				5 minutos
Entrega libreta, papeleta y dinero	Cliente		●				2 minutos
Certificación de papeleta	Recibid or Pagador		●				2 minutos
Verificar y contabilizar el dinero	Recibid or Pagador	●					3 minutos
Imprimir libreta	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Entrega libreta al cliente	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Verificar depósito	Cliente	●					2 minutos
Archivo papeleta	Recibid or Pagador					●	1 minuto
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							21 MINUTOS

Gráfico N° 35 Diagrama de flujo de procesos propuesto "Depósito"

Fuente: Cooperativa FOCASH Ltda.

Elaboración: La Autora

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Llenar papeleta	cliente		●				2 minutos
Acercarse a ventanilla	cliente		●				5 minutos
Entrega papeleta y libreta	Cliente		●				2 minutos
Ingresar al sistema informático de retiro	Recibid or Pagador		●				2 minutos
Cuenta dinero	Recibid or Pagador	●					3 minutos
Imprime libreta	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Entrega dinero	Recibid or Pagador		●				2 minutos
Entrega libreta al cliente	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Verificar la transacción	Cliente	●					2 minutos
Archivo papeleta	Recibid or Pagador					●	1 minuto
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							21 MINUTOS

Gráfico N° 36 Diagrama de flujo de procesos propuesto "Retiro"
Fuente: Cooperativa FOCASH Ltda.
Elaboración: La Autora

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Acercarse a ventanilla	cliente		●				2 minutos
Solicitar el valor de la cuenta	Cliente		●				4 minutos
Promocionar el valor de la cuota	Oficial		●				3 minutos
Entregar el dinero	Recibid or Pagador		●				5 minutos
Verificar el dinero	Recibid or Pagador	●					4 minutos
Ingresar el pago al sistema	Recibid or Pagador		●				2 minutos
Imprimir comprobante de pago	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Entregar el recibo de pago	Recibid or Pagador		●				1 minuto
Verificar el recibo	Cliente	●					1 minuto
Archivo recibo de pago	Recibid or Pagador					●	2 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							26 MINUTOS

Gráfico N° 37 Diagrama de flujo de procesos propuesto "Pago de Crédito"
Fuente: Cooperativa FOCASH Ltda.
Elaboración: La Autora

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Solicita información	Cliente		●				2 minutos
Proporciona información al cliente	Secretaría		●				5 minutos
Imprimir ticket monetario	Secretaría		●				5 minutos
Acercarse a ventanilla	Cliente			●			5 minutos
Entrega de ticket y dinero	Cliente			●			10 minutos
Verificar dinero	Recibidor/Pagador	●					5 minutos
Ingreso de ticket monetario al sistema	Recibidor/Pagador	●					2 minutos
Regreso a atención al cliente	Cliente			●			3 minutos
Legalizar documento póliza	Secretaría		●				4 minutos
Entrega póliza	Secretaría		●				2 minutos
Verifica documento	Cliente	●					2 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							45 MINUTOS

Gráfico N° 38 Diagrama de flujo de procesos propuesto "Depósito plazo fijo"

Fuente: Cooperativa FOCASH Ltda.

Elaboración: La Autora

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Solicita información	Cliente		●				2 minutos
Proporciona información	Secretaría		●				2 minutos
Entrega de documentos	Cliente		●				3 minutos
Ingresa datos al sistema	Secretaría		●				4 minutos
Genera reportes	Secretaría		●				5 minutos
Llena papeleta de depósito	Secretaría		●				5 minutos
Entrega libreta y papeletas	Secretaría		●				2 minutos
Se acerca a ventanilla	Cliente			●			5 minutos
Realiza depósito	Cliente		●				8 minutos
Imprime certificación de aportaciones	Secretaría		●				2 minutos
Legaliza certificado de aportaciones	Secretaría		●				4 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							42 MINUTOS

Gráfico N° 39 Diagrama de flujo de procesos propuesto "Apertura de cuenta"
Fuente: Cooperativa FOCASH Ltda.
Elaboración: La Autora

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Solicitar información	Cliente		●				2 minutos
Proporcionar información al cliente	Secretaría		●				3 minutos
Acercarse a ventanilla	Cliente			●			3 minutos
Entrega de número de cédula	Cliente		●				1 minuto
Verificación en el sistema sobre el valor del servicio a ser cancelado	Recibidor / Pagador	●					2 minutos
Verificar y contabilizar el dinero	Recibidor / Pagador	●					3 minutos
Imprimir comprobante	Recibidor / Pagador		●				2 minutos
Entrega de comprobante al cliente	Recibidor / Pagador		●				2 minutos
Archivo de comprobante	Recibidor / Pagador					●	2 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							20 MINUTOS

Gráfico N° 40 Diagrama de flujo de procesos propuesto "Pago servicios varios"

Fuente: Cooperativa FOCASH Ltda.

Elaboración: La Autora

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	RESPONSABLE	INSPECCIÓN 	OPERACIÓN 	TRANSPORTE 	DEMORA 	ALMACENAM 	TIEMPO PARA EJECUCIÓN
Envía información secretaria	Secretaria		●				2 minutos
Recepción de información	Jurídico		●				2 minutos
Emite orden de pago	Jurídico		●				3 minutos
Ingresa datos al sistema	Secretaria		●				4 minutos
Genera reportes	Secretaria		●				5 minutos
Lleva papeles de cobro	Tramitador		●				15 minutos
Entrega órdenes de pago	Tramitador		●				20 minutos
Se acerca a ventanilla	Cliente			●			15 minutos
Realiza depósito	Cliente		●				10 minutos
Imprime certificación de pago	Secretaria		●				2 minutos
Legaliza certificado de pago	Secretaria		●				4 minutos
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO							82 MINUTOS

Gráfico N° 41. Diagrama de Flujo Procesos "Cobranzas"
Fuente: Cooperativa Focash Ltda.
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Propuesta de Fortalecimiento

Propuesta 1

En la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.” se pudo determinar que una de las debilidades de importancia para la Cooperativa es que no cuenta con el suficiente mercado a nivel provincial.

Propuesta 1: AUMENTAR LAS VENTAS Y MEJORAR LAS UTILIDADES.					
ESTRATEGIA	TACTICA	POLÍTICA	FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE	META
Crear una excelente cadena de distribución, con promociones y buena publicidad	Mejorar la atención y cordialidad al cliente Ofrecer mejor calidad	La Cooperativa deberá exigir más a su unidad de comercialización y marketing para que se cumplan los objetivos propuestos por la misma, a fin de que se pueda optimizar las actividades en esta Cooperativa.	El presente objetivo genera \$800,00 dólares de costos, por costos de la realización de un estudio de mercado	El responsable de estas actividades será el Gerente de la Cooperativa.	Hasta fines del año 2018 se incrementará un 40% de nuevos mercados, ventas y utilidades.

Fuente: Análisis internos FOCASH.
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Propuesta 2

Con la aparición de nuevas Cooperativas en la ciudad de Shushufindi y provincia de Sucumbíos, es necesario que el Cooperativismo mejore su

imagen y crea un poder de negociación importante con los clientes, ahí que la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.” deba mejorar su imagen, creando una estrategia de expectativa hacia el cliente y ciudadanía en general.

Propuesta 2: MEJORAR LA IMAGEN DE LA COOPERATIVA ANTE LA CIUDADANÍA.					
ESTRATEGIA	TÁCTICA	POLÍTICA	FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE	META
Crear una imagen renovada y moderna que vaya de acuerdo con los actuales cambios tanto en el campo físico, tecnológico, así como con las políticas gubernamentales y de la Institución misma, la cual nos lleve a consolidar la buena imagen y percepción que tienen los clientes de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”	Contratar una empresa especializada en publicidad para crear nuevos diseños de la folletería y señalética. Realizar una renovación en muebles y equipos de computación	Los nuevos diseños de la folletería, señalética y mobiliario, deberán ir acorde a lo exigido por nuestro departamento de Marketing, en cuanto a los equipos de computación deberá coordinarse con cada departamento de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”.	Folletería y señalética \$ 1.843,00. Muebles de oficina \$ 4.190,00 Equipos de Computación \$ 8.200,00. ----- -- TOTAL \$ 14.233,00	El responsable de estas actividades, Gerente	Hasta fines del año 2018 se realizará una renovación del 100% en la imagen de la Cooperativa, creando nueva folletería, un nuevo sistema de señalética, renovando muebles y equipos de computación, etc., la cual deberá realizarse dentro del primer año de ejecución del plan.

Fuente: Análisis internos FOCASH.
Elaborado por: Yolanda Jiménez

Matriz de control con indicadores

	OBJ. 1	OBJ. 2
ESTRATEGIA	Crear una excelente cadena de distribución, con promociones y buena publicidad	Crear una imagen renovada y moderna que vaya de acuerdo con los actuales cambios tanto en el campo físico, tecnológico, así como con las políticas gubernamentales y de la Institución misma, la cual nos lleve a consolidar la buena imagen y percepción que tienen los clientes de la Cooperativa Cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH Cia. Ltda."
TACTICA	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la atención y cordialidad al cliente • Ofrecer mejor calidad 	Contratar una empresa especializada en publicidad para crear nuevos diseños de la folletería y señalética
ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un estudio de mercado • Llegar con el producto donde el cliente lo necesite 	Realizar publicidad de folletería, renovación de muebles de oficina y renovación de equipos de informática
INDICADOR	Incrementar un 40% de nuevos mercados	Una renovación del 100% en la imagen de la Cooperativa
CRONOGRAMA	Hasta fines del año 2018	Fines del año 2018

Fuente: Propuesta de fortalecimiento.
Elaborado por: Yolanda Jiménez

h. CONCLUSIONES

- Se ha realizado un diagnóstico actual de la cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH LTDA.”, en la que se determinó sus políticas y procesos de atención y servicio al cliente, determinando procesos que demoran en tiempos y movimientos.
- Se estableció un análisis interno y externo de la Cooperativa determinando con ello el análisis FODA.
- Se determinó un sistema de gestión por procesos de atención al cliente, en lo que corresponde a depósitos, retiros, préstamos, pólizas de acumulación, determinando que existen demasiados pasos para cada uno de estos procesos
- Que los principales factores que inciden en la satisfacción de los clientes internos o trabajadores son: una comunicación muy fluida en la cooperativa, la provisión de recursos y la motivación en el trabajo. En cuanto a los factores que inciden en la satisfacción de los clientes externos, son: el precio y la calidad de los servicios, la atención brindada y la existencia de los servicios.
- Que existe un elevado nivel de insatisfacción del 66,67%, referente a poca satisfacción de los trabajadores, una mala distribución sin realizar promociones a sus clientes.

i. RECOMENDACIONES

- Es importante que se realice un adecuado análisis de las políticas existentes en la Cooperativa mejorando los servicios de atención al cliente.
- Se propone que la Cooperativa realice un sistema de procesos que le permita mejorar los productos y servicios que ofrece, mediante la propuesta de mejoras en los procesos.
- Que se brinde un sistema de mejoramiento continuo para la cooperativa en lo referente a incrementar una agencia de ella, diseñar programas de mejoramiento de atención al cliente, mejorar la imagen de la Cooperativa ante la ciudadanía y adquirir cajeros automáticos para agilizar el servicio al cliente
- Para cada objetivo de mejoramiento en atención al cliente se propone indicadores de gestión para medir la calidad de ellos.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, A. (2015). *Ecuador Económico*. Quito.
- Acosta, L. (2010). *Investigación de mercados*. Madrid: Morata.
- Agueda, E. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid: ESIC.
- Agueda, E. (2009). *Principios de Marketing*. Madrid: ESIC.
- Agueda, E. (2013). *Mecánica automotriz, FUNDAMENTOS ELEMNTALES*. México: IDELSA.
- Albrech. (2005). *Modelo de calidad para el servicio*. Madrid: Thomson.
- Albrech. (2012). *Modelo de calidad para el servicio*. Madrid: Thomson.
- Armstrong & Kotler . (2004).
- Armstrong, K. &. (2004).
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2004). *Fundamentos del marketing*.
- Automecanico.com*. (2014). Obtenido de <http://automecanico.com/>
- Ayala, E. (2008). *google.com*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=86V4nK6j0vIC&pg=PT240&dq=ventajas+del+plan+de+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwipi8GewoDMAhUDVT4KHbt3BfIQ6AEINzAE#v=onepage&q&f=false>
- Baena, V. (2011). *Fundamentos de Marketing*. Madrid, España: Anglofort.
- Baena, V. (2011). *Fundamentos de Marketing*. Madrid, España: Anglofort.
- Baena, V. (2011). *Fundamentos de Marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*. Madrid, España: ANGLOFORT.
- Ballesteros, E. (2011). *Técnico en Gestión*. Madrid-España: Cultural S. A.
- BCE. (2014). Ecuador Económico. *Ecuador Económico*, 101.
- BENASSINI, K. /. (2012). *Fundamentos de Marketing*. BOGOTÁ: PEARSON.
- Best, R. (2009). *Marketing Estratégico*. México D. F., México: Pearson Educación.
- Bicgalicia. (2001). <http://www.bicgalicia.es/>. Recuperado el 19 de 11 de 2016, de [/dotnetbic/Portals/0/banner/ARCHIVOS/Manuales%20Pymes/2ElaborarPlanMarketing_C.pdf](#)
- Bineto, J. (2014). *Economía Popular*. Quito: UNIVERSITARIA, Tomo II.
- Burgal, G. &. (2011). *Planificación Estratégica y Operativa*. México: Editorial Ayala.
- Carl, M. (2012). *La Mecánica Automotriz una estrategia Moderna*. Edición Especial.

- Casado, A. B., & Sellers, R. (2010). *Introducción al Marketing*. Alicante, España: Editorial Club Universitario.
- Casado, A. B., Parreño, J., & Enar, R. (2012). *Dirección comercial, Los Instrumentos del Marketing*. Alicante: Club Universitario.
- Casado, A. B., Parreño, J., & Ruíz, E. (2012). *Dirección comercial: los instrumentos del marketing*. Alicante, España: Club Universitario.
- Castaño, C. J. (2014). *La empresa Cooperativa*. Barcelona: Ediciones CEAC.
- Chiriboga, L. A. (2007). *Sistema Financiero*. Quito: Primera Edición.
- Chiriboga, L. A. (2010). *Sistema Financiero*. Quito: Primera Edición.
- Chiriboga, L. A. (2011). *Sistema Financiero*. Quito: Primera Edición.
- Cocash. (2007). *Historia de la Cooperativa*. Shushufindi.
- Cohen, W. (2001). <http://www.euskadi.eus/>. Recuperado el 16 de 11 de 2016, de /gobierno-vasco/contenidos/informacion/kiroleskola/eu_kirolesk/adjuntos/El%20plan%20de%20Marketing.pdf
- Cohen, W. A. (2008). *EL PLAN DE MARKETING*. España: DEUSTO-BILBAO.
- Donald Cry y Douglas Gray. (s.f.).
- Echeverri, L. (2009). *Marketing Práctico*. Bogotá, Colombia: StarBook Editorial.
- Ecuaceramica. (3 de 01 de 2012). Historia de la empresa. Nueva Loja, Sucumbíos, Ecuador.
- Edumarketing. (2005). <http://educamarketing.unex.es/>. Recuperado el 19 de 11 de 2016, de /Docs/guías/guía%20para%20la%20elaboración%20de%20un%20plan%20de%20marketing.pdf
- Enrique Pérez, J. C. (2013). *Mercadotecnia, fundamentos de Dirección Comercial y Marketing*. Riobamba- Ecuador: EDITEX.
- Eriquer, F. (2012). *Organización de Empresas*. México: INFUSA.
- Esteban, A. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid: ESIC.
- Esteban, A. (2009). *Principios de Marketing*. Madrid: ESIC.
- Fácil, E. S. (s.f.). *Publisher*. Nueva Loja.
- Fernández, R. M. (2011). *Análisis y descripción de puestos de trabajo*. España: McCormick.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. (2012). *Estrategias de Marketing*. México: Cengage Learning.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. D. (2006). Plan de marketing.
- Ferrell, O., & Hartline, M. (2006). Plan de Marketing. cengage learning.
- Focash. (2007). *Historia de la Cooperativa*. Shushufindi.

- Fred R, D. (1997). *Conceptos de administración estratégica*.
- Fuentes, A. (2013). *La producción manual*. México: McGrawHill.
- García, M. (2011). *Las Claves de Publicidad*. Madrid, España: ESIC.
- García, M. D. (2012). *Manual de marketing*. Madrid, España: ESIC.
- Gómez, A. C. (1997). *Administración de la empresa*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia EUNED.
- Gómez, A. C. (2008). *Administración de la empresa*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia EUNED.
- Gómez, A. C. (2010). *Administración de la empresa*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia EUNED.
- González, M. d. (2015). *Marketing y plan de negocios de la microempresa*. Madrid, España: ESIC.
- Hartline, F. &. (2006).
- History, E. E. (90). *Historia Ecuador*.
- Jaime, R. (2012). *Dirección de Marketing, Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESTC.
- Jobber, D., & Fahy, J. (2011). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Jobber, D., & Fahy, J. (2011). *Fundamentos de Marketing*. México: McGrawHill.
- Kotler. (2008).
- Kotler, & Armstrong. (s.f.).
- Kotler, P. (2011). *El Marketing según Kotler. Cómo crear, ganar y dominar los mercados*. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. y. (2011). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación S. A. 8va. Edición.
- Lamb, C. (2010). *Marketing*. México: Thompson (octava edición).
- Lamb, C., & Hair, J. &. (2011). *Marketing*. México: Cengage Learning.
- Linares, L. (12 de Abril de 2009). *Marketeando.com*. Obtenido de http://www.marketeando.com/2009/04/origen-del-termino-y-concepto-del_6994.html
- Llaneza. (2010).
- Malhotra, N. (2011). *Administración de Empresas*. México: II Edición.
- Manuera Alemán, J., & Rodríguez Escudero, A. (2012). *Estrategia de marketing*. Madrid.
- Manuera, J. L., & Isabel, A. (2012). *Estrategias de Marketing*. Madrid, España: ESIC.
- Manuera, J. L., & Rodríguez, A. I. (2012). *Estrategias de Marketing*. Madrid: ESIC.

- Martínez, A., Ruíz, C., & Escriva, J. (2014). <http://assets.mheducation.es/>. Recuperado el 19 de 11 de 2016, de /bcv/guide/capitulo/844819358X.pdf
- Martínez, D., & Milla, A. (2011). *Análisis del entorno*. Madrid, España: Diaz de Santos.
- McDaniel jr, C., & Gates, R. (2010). *Investigación de mercados* (Vol. 10a).
- Montse, G. (2012). *Fases del Plan de Marketing*. España: @modernmarketing.
- Mullins, J., & Walker, J. (2009). *Marketing Estratégico*. México D. F., México: Mc Graw Hill.
- Munuera, J. L., & Rodríguez, A. I. (2010). *Estrategias de marketing: de la teoría a la práctica*. Madrid, España: ESIC.
- Naranjo, M. C. (2010). *Naturaleza jurídica del cooperativismo*. Quito: OCI.
- Nash, F. (2009). *Fundamentos de Mecánica Automotriz*. México D.F., México: Planeta Mexicana.
- Nash, F. (2012). *Fundamentos de Mecánica Automotriz*. Dilon.
- Okiwanaserv. (2012). Obtenido de <http://www.okinawaserv.amawebs.com/>
- Pelton, S. (2010). *Canales de Marketing y Distribución Comercial*. México: Segunda edición.
- Perez Porto, J., & Gardey, A. (2010). *Definición de marketing de servicios*. Mexico : Copyright .
- Pérez, J. C. (2013). *Mercadotecnia, fundamentos de Dirección Comercial y Marketing*. Riobamba-Ecuador: EDITEX.
- Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona, España: DEUSTO.
- Porter, M. E. (2009). *Ser competitivo*.
- Rafael , M. (2010). *Marketing siglo XXI*. Madrid: CEF.
- Rivera, J. (2012). *Dirección de Marketing, Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESTC.
- Rivera, J. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicación*. Madrid, España: ESIC.
- Rivera, J., & Garcillán, M. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones*. Madrid, España: ESIC.
- Rodas, M. (2011). *Comercio* . México.
- Rodríguez, M. &. (2012). *Estrategias de Marketing*. Madrid, España: ESIC.
- Rojas, H. (2014). *Estrategias DAFO*. Mexico: Mac Graw Hill.
- Román, H. (2010). *Como preparar el exitoso plan de mercadotecnia*. México: Cooper.
- Russell, E. (2010). *Fundamentos de Marketing*. México: Index Book.
- Russell, E. (2011). *Fundamentos de Marketing*. México: Index Book.
- Sainz, J. M. (2011). *El Plan de Marketing en la Pyme*. Madrid: ESIC.

- Sainz, J. M. (2013). *El Plan de marketing en la práctica*. Madrid, España: ESIC.
- Sainz, J. M. (2013). *El Plan de Marketing en la práctica*. Madrid: ESIC.
- San Martín, S. (2010). *Prácticas de marketing*. Madrid: ESIC.
- San Martín, S. (2011). *Prácticas de marketing: ejercicios y supuestos*. Madrid, España: ESIC.
- Santesmases, M., Sánchez, J., & Pintado, T. y. (2014). *Fundamentos de Marketing*. México: Pirámide.
- Tayala, Á., & Jesús, G. (2011). *Principios de Marketing*. Madris, España: ESIC.
- Tilve, M. V. (2010). *INTRODUCCIÓN AL MARKETING ESTRATÉGICO*. California USA.: Creative Commons.
- Toca, C. E. (2009). *amazon.com*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=OY6mfjVxIZYC&pg=PA69&dq=que+es+la+mezcla+del+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjtgpnUwoLMAhWJ3SYKHS9Ax8Q6AEIJzAB#v=onepage&q&f=false>
- Torres, C. E. (2009). *FUNDAMENTOS DEL MARKETING*. BOGOTÁ: UNIVERSIDAD DEL ROSARIO.
- Torres, J. (2012). *Historia ecuatoriana*. Shushufindi: Ecuador.
- Villacorta, M. (2010). *Introducción al marketing estratégico*. California, USA: Creative Commons.
- Viniegra, S. (2009). *Entendiendo el Plan de Negocios*. México: POTAN, Edición Especial.
- Walker, S. &. (2012). *Fundamentos de Marketing*. México: McGrawhill.
- Zamora, A. (2013). *Marketing empresarial*. Buenos Aires.

k. ANEXOS

Anexo N° 1. Proyecto

PERFIL DEL PROYECTO

TEMA

“MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “FOCASH LTDA. DE LA CIUDAD DE SHUSHUFINDI”

PROBLEMÁTICA

En la provincia de Sucumbíos, gran parte de las Cooperativas han descuidado dar seguimiento a sus clientes, por lo que han perdido muchos y se han reducido sus ingresos significativamente.

Una de las problemáticas más significativas de las cooperativas es que en su génesis es su creación comienzan su labor con un procedimiento empírico sin orientar un trabajo sistemático a innovar y entrar en el contexto competitivo dentro de las cooperativas y paralelamente sus métodos y el desconocimiento de su filosofía institucional no permite desempeñarse en la consecución de actividades y objetivos propuestos por la Cooperativa de Ahorro y Crédito para mejorar su imagen y su posicionamiento.

Toda Cooperativa de Ahorro y Crédito, sin importar su tamaño o el sector en que se desenvuelve, obliga a realizar una medición de la satisfacción de sus clientes, este debe reunir una serie de requisitos para ser eficaz y exige de sus responsables una aproximación realista con la situación de la cooperativa; que su elaboración sea detallada y completa; debe incluir y desarrollar todos los objetivos.

La Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH” Ltda de La Ciudad de Shushufindi que a pesar de llevar años en el mercado Cooperativo, nunca antes ha realizado una medición del nivel de satisfacción de sus clientes.

Desde su nacimiento y hasta la actualidad han transcurrido alrededor de diez años, ahora la gerente de la Cooperativa desea conocer el nivel de satisfacción de sus clientes, puesto que actualmente existe mucha competitividad en el mercado y la Cooperativa ha perdido muchos clientes.

Tomando como referencia lo anteriormente expuesto, esta investigación busca dar solución al siguiente problema:

“EL DESCONOCIMIENTO DE LA APLICACIÓN DE SISTEMAS DE MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “FOCASH”LTDA DE LA CIUDAD DE SHUSHUFINDI, IMPIDE UN CRECIMIENTO ADECUADO DE LA COOPERATIVA”.

Preguntas Significativas

- ✓ ¿Cuál es el grado de satisfacción de los clientes con respecto a la atención prestada?
- ✓ ¿Cuáles son los factores críticos que impiden una total satisfacción del cliente?
- ✓ ¿Cuál es el grado de satisfacción del personal del servicio, respecto a la prestación brindada y a la actual disposición de las áreas de trabajo?

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación se justifica por las siguientes razones:

Académica:

El presente perfil de Proyecto es un requisito para dar inicio al desarrollo y ejecución del trabajo de tesis el cual permitirá la obtención del Título de Ingeniera en Administración de empresas, además como futuros profesionales es responsabilidad en poner en práctica los conocimientos adquiridos a fin de contribuir en las soluciones que se presentan en la sociedad actual; y a la vez servirá, para los alumnos, futuros profesionales en administración de empresas los que pueden afianzar sus conocimientos en el presente proyecto.

Social:

El presente proyecto de investigación permitirá contribuir en el desarrollo social, con profesionales capaces de Crear, Administrar y Orientar el Desarrollo Empresarial, consideramos que el sector empresarial de la Provincia de Sucumbíos es uno de los sectores más vulnerables por encontrarse en zona alejada y, por tener un ecosistema frágil, es adecuado una aplicación de proyectos de desarrollo que aporten al desarrollo social.

El mismo que permitirá beneficiar a los habitantes de esta ciudad con productos y servicios financieros que cumplan con los requerimientos de sus necesidades y así brindar oportunidades de desarrollo a las personas.

Económica:

La presente investigación, es de gran importancia puesto que permitirá identificar los factores que afectan a la fidelidad de los clientes de la Cooperativa, a fin de contrarrestarlos y de ser posible eliminarlos, de esta manera se pretende fidelizar a los clientes y que el nivel de satisfacción al cliente sea elevado; es decir, que se logre satisfacer las necesidades, requerimientos y expectativas de los clientes, además del crecimiento financiero de la Cooperativa. También se pretende fomentar el desarrollo económico a fin de contribuir al progreso económico y social de la ciudad de Shushufindi.

OBJETIVOS

GENERAL

Medir el nivel de satisfacción de los clientes de la cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH" Ltda. de la ciudad de Shushufindi.

ESPECÍFICOS

- Realizar un Diagnóstico de la situación actual de la cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH" Ltda. de la ciudad de Shushufindi.
- Evaluar el nivel de satisfacción de los clientes de la cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH" Ltda.
- Realizar un análisis interno sobre los factores que inciden en la satisfacción del cliente de la Cooperativa
- Identificar los factores que inciden en la satisfacción del cliente, mediante la aplicación de técnicas de investigación.
- Proponer indicadores de gestión para mejorar la satisfacción del cliente

METODOLOGÍA

En el proceso de recopilación y análisis de la información para el desarrollo de la presente investigación, se emplearán varios métodos y técnicas, que van acorde a los requerimientos y especificaciones de la misma; a fin de desarrollar estrategias empresariales que permitan fidelizar a los clientes.

Métodos

Para determinar el presente estudios se utilizarán los distintos métodos que la investigación científica permite determinar, como se demuestra a continuación:

Método Histórico

El método histórico concibe el estudio del proceso histórico de hechos fenómenos y acontecimientos que se produjeron en el pasado y que inciden en el presente.

Se utilizará también el método histórico con el fin de determinar las tendencias de crecimiento de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "FOCASH" Ltda.

Método Inductivo

Es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. Por medio de este método se conocerán los principales problemas que tiene que enfrentar la Cooperativa de Ahorro y Crédito "FOCASH Ltda.", en cuanto a la satisfacción de sus clientes y realizar sus actividades productivas.

Método Deductivo

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir;

parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. Este método permitirá obtener las conclusiones y recomendaciones de los resultados que se obtendrán.

Método Analítico

Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. En la presente se lo utilizará para analizar la situación actual de la Cooperativa y la medición del nivel de satisfacción de sus clientes.

Método Sintético

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen

Para esta investigación servirá para delinear las políticas a fin de evaluar la satisfacción de los clientes.

Método Estadístico

La Investigación cuantitativa asume el Método Estadístico como proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un

estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones. Por medio de este método se realizará la recopilación, tabulación, síntesis y análisis de la información obtenida tras la aplicación de las encuestas a clientes internos y externos de la Cooperativa.

Técnicas

Durante el proceso de investigación se aplicarán las siguientes técnicas:

Revisión Bibliográfica

La investigación bibliográfica es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema.

Se utilizará la técnica de investigación bibliográfica para recoger la información existente en libros, revistas, tesis, folletos para construir a enriquecimiento del marco teórico lo que facilitará la fundamentación de todo el proceso investigativo.

La entrevista

Se hará uso de la entrevista para obtener información referente a la Cooperativa de Ahorro y Crédito "FOCASH" Ltda., de esta manera se realizará una entrevista al Gerente, a fin de recabar información útil para el correcto desarrollo de esta investigación.

La encuesta

Mediante el uso de esta técnica se obtendrá información certera y que contribuirá a medir el nivel de satisfacción de los clientes, aplicando dicha encuesta a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "FOCASH" Ltda; y además al cien por ciento de los clientes internos que se encuentran laborando en la Cooperativa.

Población y muestra.

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Para esta investigación se realizará el cálculo de la muestra considerando a los clientes que tiene la Cooperativa de Ahorro y Crédito "FOCASH" Ltda, que es en un número de 385 (anexo N° 1).

Para la aplicación de las encuestas se utilizará todo el universo por tratarse de ser pequeño es decir se utilizará un censo de las 385 encuestas a los clientes de la Cooperativa.

Anexo N° 2. Modelo de encuesta realizada a los clientes internos.

1. ¿Qué tan cómodo considera su lugar de trabajo?

Muy cómodo	()
Poco cómodo	()
Nada cómodo	()

2. ¿Cómo le parece el estado de limpieza de las instalaciones?

Muy limpio	()
Limpio	()
Sucio	()

3. ¿Qué tan fluida considera que es la comunicación dentro de la Cooperativa?

Muy fluida	()
Poco fluida	()
Nada fluida	()

4. ¿Cómo califica la provisión de los recursos necesarios, para que pueda desempeñarse correctamente?

Excelente	()
Buena	()
Regular	()
Mala	()

5. Señale el nivel de satisfacción de trabajar en la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”.

Muy satisfecho	()
----------------	----------

Poco satisfecho ()
Nada satisfecho ()

6. Califique su motivación en el desempeño de su trabajo.

Muy motivado ()
Poco motivado ()
Nada motivado ()

Anexo N° 3. Modelo de encuesta realizada a los clientes externos.

1. ¿Qué le parecen los servicios que ofrece la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”?

Ineficientes	()
Limitados	()
Eficientes	()
Completos	()

2. ¿Presta la Cooperativa la suficiente seguridad como para proteger a sus clientes, colaboradores y activos?

SI	()
NO	()

3. ¿Los principios éticos y morales han sido contemplados en todas las actividades desarrolladas por los responsables de la Institución?

SI	()
NO	()

4. ¿Se ha mantenido y fortalecido la percepción de solvencia, excelencia, buen nombre e integridad institucional?

SI	()
NO	()

5. ¿Se dan respuestas rápidas a los reclamos de los clientes?

NUNCA	()
EN PARTE	()
SIEMPRE	()

6. ¿Está el personal bien instruido en el ámbito de los productos y servicios que presta la Cooperativa?

NADA	()
EN PARTE	()
NORMAL	()
MUY BIEN	()

7. ¿Cree usted que se podría desarrollar nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes?

SI	()
NO	()

8. ¿En qué medida, usted como cliente está satisfecho de los productos y servicios que se prestan?

EN PARTE	()
NORMAL	()
MUY SATISFECHO	()

9. ¿Está usted conforme con los costos por servicios que tiene la Cooperativa?

SI	()
NO	()

10. ¿Qué le parecen los servicios que ofrece la Cooperativa de ahorro y crédito "FOCASH Cia. Ltda.", en comparación con otras entidades financieras de la localidad y región?

INEFICIENTES	()
LIMITADOS	()
EFICIENTES	()
COMPLETOS	()

11. ¿Indique algunas debilidades que usted crea que tiene la

Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”?

AGILIDAD EN LOS TRÁMITES	()
PERSONAL MAL GENIO	()
FALTA DE CAJEROS AUTOMÁTICOS	()
FALTA DE AGENCIAS	()

Anexo N° 3. Modelo de entrevista realizada a la Gerente de la Cooperativa de ahorro y crédito “FOCASH Cia. Ltda.”.

- 1. Tiene la Cooperativa una MISION y VISION definida**
- 2. Conoce los Objetivos de la Cooperativa.**
- 3. ¿Cuenta la Cooperativa con una estructura orgánica funcional?**
- 4. ¿Ha afectado la situación económica a los objetivos del Cooperativismo?**
- 5. ¿Cuenta la Cooperativa con el presupuesto adecuado para cumplir sus objetivos?**
- 6. ¿Cómo se financia el presupuesto?**
- 7. ¿Se ha cumplido con los objetivos planteados para el periodo?**
- 8. ¿Qué objetivos o metas están inconclusas?**
- 9. ¿Considera las sugerencias de sus trabajadores para el proceso de toma de decisiones? ¿Por qué?**
- 10. La institución posee una adecuada toma de decisiones para el desarrollo de sus actividades?**
- 11. Como gerente, ¿Qué medidas ha tomado para mejorar la calidad de los servicios y la atención a los clientes?**



**RADIO
SUCUMBÍOS**

PROFORMA PUBLICITARIA

01 SPOT DE 30 SEGUNDOS	= 250,00
01 MENCION 15 SEGUNDOS	= 50,00

**08 MENCIONES DIARIAS DURANTE
LA PROGRAMACION**

SEMANAL (07 DIAS) 56 AVISOS = 300,00

VALOR AGREGADO

-02 entrevista durante el noticiero

NOTA: *Los precios no incluyen.*

Walter Fernández López

.....
Cell: 992248779 Fijo:3890036

correo: publicidadwalter@hotmail.com

Anexo N° 5. Certificado Socios



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
"FOCASH" LTDA.
Acuerdo Ministerial: 0000246

Shushufindi

Sucumbios

Ecuador



Lugar y Fecha: Shushufindi, 21 de junio del 2016

Tengo a bien:

CERTIFICAR

Que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Focash Ltda. Cuenta con socios y organizaciones legalmente constituidos el mismo que se detalla a continuación:

Descripción	Año 2016
Mujeres	179
Hombres	179
Asociaciones	27
Total	385

Es todo cuanto puedo certificar, pudiendo el interesado hacer uso del presente certificado en lo que bien tuviere conveniente.

Atentamente,


COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
FOCASH LTDA.
RUC: 2191709716001
AG. MINIST. 00246
SHUSHUFINDI - SUCUMBIOSECUADOR
Ing. Carmen Maria Calva Ojeda
GERENTE DE LA COAC FOCASH LTDA.

Anexo N° 6. Certificado de no contar con manuales de satisfacción



COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO
"FOCASH" LTDA

Acuerdo Ministerial: 0000246

Shushufindi

Sucumbios

Esmeraldas

Relapnor

Lugar y Fecha: Shushufindi, 21 de junio del 2016

Tengo a bien:

CERTIFICAR

Que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Focash Ltda. No cuenta con todos los manuales establecidos por la superintendencia de economía popular y solidaria, los mismos que le permiten medir el nivel de satisfacción de sus socios y clientes.

Es todo cuanto puedo certificar.

Atentamente,


COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO
FOCASH LTDA.
RUC-2181709716001
Ing. Carmen María Quiroga Quiroga
00246
GERENTE DE LA COAC FOCASH LTDA

Anexo N° 7. Certificado de número de trabajadores



COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO
"FOCASH" LTDA

Acuerdo Ministerial: 0000246

Shushufindi

Sucumbios

Baños

Relacionor

Lugar y Fecha: Shushufindi, 21 de junio del 2016

Tengo a bien,

Certificar:

Que: La Cooperativa de Ahorro y Crédito Focash Ltda. Cuenta hasta la actualidad con 3 trabajadores estables en diferentes áreas:

Descripción	Año 2016
Mujeres	3
Total	3

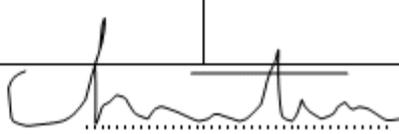
Es todo cuanto puedo certificar, pudiendo el interesado hacer uso del presente certificado en lo que bien tuviere conveniente.

Atentamente,


COOPERATIVA DE
AHORRO Y CREDITO
FOCASH LTDA.
RUC: 2191709716001
FOCASH AC MINIST 00246
SHUSHUFINDI - SUCUMBIOS ECUADOR

Ing. Carmen María Calva Ojeda
GERENTE DE LA COAC FOCASH LTDA.

Anexo N° 8. Proforma cajeros

Mission ATM Cajeros Automáticos		
PROFORMA		Nº 00254
Loja, 12 de diciembre de 2016		
Srta. Gilma Jiménez Q.		
Dirección: Shushufindi (Pedido por teléfono)		
RUC: 2100303573		
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO
3	Cajeros TRITON LR2000 ATM	\$ 54.000,00
SIN VALOR COMERCIAL		
 Administrador		

INDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACION.....	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACION.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TITULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	4
c. INTRODUCCION.....	6
d. REVISION DE LITERATURA.....	10
e. MATERIALES Y METODOS.....	30
f. RESULTADOS	35
g. DISCUSION.....	82
h. CONCLUSIONES.....	113
i. RECOMENDACIONES.....	114
j. BIBLIOGRAFIA.....	115
k. ANEXOS.....	120
INDICE.....	142