



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DE TÍTULO DE TECNOLOGÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema:

**PROPONER MEJORA EN EL SERVICIO AL CLIENTE DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JUVENTUD ECUATORIANA
PROGRESISTA LTDA. EN EL CANTON PASAJE**

Tutora

Phd. Roxana Chiquito

Autora:

Valvin Loja Rosa Gabriela

Machala – Ecuador

2020

ÌNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	IV
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	V
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	VII
RESUMEN	VIII
ÌNDICE	X
INDICE DE TABLAS	XII
INDICE DE GRAFICOS	XIII
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	1
1.1 Planteamiento del problema.	1
1.2 Ubicación del problema en un contexto	3
1.3 Situación conflicto	6
1.4 Formulación del problema	7
1.5 Variables de investigación	7
1.6 Delimitación del problema	7
1.7 Objetivos de la investigación	8
1.7.1 Objetivo general:	8
1.7.2 Objetivos específicos:	8
1.8 Justificación e Importancia	8
CAPÍTULO II	10
MARCO TEORICO	10
2.1 Antecedentes Históricos	10
2.2 Antecedentes Referenciales	11
	x

2.3 Fundamentación legal	16
2.4 Definiciones conceptuales	17
CAPÍTULO III	19
METODOLOGÍA	19
3.1 Misión y Visión:	19
3.1.3 Logotipo:	20
3.4.1 Población finita	24
3.4.2 Población infinita	25
3.5 Muestra	25
3.6 Métodos, Técnicas e instrumentos	28
Análisis de los resultados de la encuesta	30
Análisis de los instrumentos aplicados	34
Propuesta	47
Conclusiones	52
Recomendaciones	53
Bibliografía	54
Anexos	56

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: CAUSAS Y CONSECUENCIAS	7
TABLA 2: POBLACIÓN	25
TABLA 3: TE GUSTO NUESTRA ATENCIÓN	34
TABLA 4: DESDE CUANDO UTILIZAS NUESTROS SERVICIOS	35
TABLA 5: CON QUE FRECUENCIA VISITA NUESTRO ESTABLECIMIENTO	36
TABLA 6: CONSIDERA QUE NUESTROS SERVICIOS SATISFACEN SUS NECESIDADES	37
TABLA 7: COMO CALIFICARÍAS NUESTRO SERVICIOS	38
TABLA 8: QUE TE GUSTARÍA QUE MEJOREMOS	39
TABLA 9: COMO DESCRIBIRÍAS A NUESTRO PERSONAL	40
TABLA 10: RECOMENDARÍAS NUESTROS SERVICIOS	41
TABLA 11: QUE TAN SATISFECHO SE SIENTE CON LA ATENCIÓN QUE BRINDA COOPERATIVA JEP	42
TABLA 12: MATRIZ FODA	47
TABLA 13: METODOLOGIA 5W2H	48

INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO 1 NIVELES DE SATISFACCIÓN	15
GRÁFICO 2: LOGOTIPO	20
GRÁFICO 3: TE GUSTO NUESTRA ATENCIÓN	34
GRÁFICO 4: DESDE CUANDO UTILIZAS NUESTROS SERVICIOS	35
GRÁFICO 5: CON QUE FRECUENCIA VISITA NUESTRO ESTABLECIMIENTO	36
GRÁFICO 6: CONSIDERA QUE NUESTROS SERVICIOS SATISFACEN SUS NECESIDADES	37
GRÁFICO 7: COMO CALIFICARÍAS NUESTRO SERVICIOS	38
GRÁFICO 8: QUE TE GUSTARÍA QUE MEJOREMOS	39
GRÁFICO 9: COMO DESCRIBIRÍAS A NUESTRO PERSONAL	40
GRÁFICO 10: RECOMENDARÍAS NUESTROS SERVICIOS	41
GRÁFICO 11: QUE TAN SATISFECHO SE SIENTE CON LA ATENCIÓN QUE BRINDA COOPERATIVA JEP	42
GRÁFICO 12: DIAGRAMA DE CAUSA Y EFECTO	43

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.

El servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a la mayoría de sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos, reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo.

El gran reto que tienen las empresas hoy en día es conseguir que el cliente se sienta satisfecho y que sus necesidades sean totalmente cubiertas, en la actualidad la dinámica cultural y social que tiene una empresa depende exclusivamente de la llegada de las nuevas tecnologías, y es en ese momento en que las empresas se ven obligadas a mejorar su calidad de servicio.

La tarea que se realiza en la administración de una empresa es considerada un gran desafío debido a los cambios y transformaciones tecnológicas que influyen de manera directa tanto en el ambiente interno empresarial como en el externo, el uso de la tecnología se hace presente en todas las actividades que desarrolla la empresa, en efecto las organizaciones tienen la necesidad de mejorar su calidad, atención al cliente y productividad para poder competir y sobrevivir en los mercados globalizados.

La atención al cliente es una estrategia principal utilizada por las empresas que permite potenciar determinado producto o servicio, si un cliente es bien atendido regresará, y eso lo convertirá en un cliente potencial.

Sin embargo, muchas empresas consideran que el servicio al cliente es una estrategia secundaria y no le prestan la atención adecuada, ocasiona que

poco a poco la clientela y, los usuarios decidan irse para la competencia, entre estos casos tenemos a la Cooperativa de Ahorro y crédito "Juventud Ecuatoriana Progresista" que es una entidad dedicada a las finanzas sociales, pero con la problemática de un pésimo servicio al cliente, el cual esperamos mejorar.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito "Juventud Ecuatoriana Progresista" Ltda., (JEP) fue creada en la parroquia de Sayausí del cantón Cuenca provincia Azuay de la República del Ecuador y ofrece una gran variedad de servicios a sus socios entre estos tenemos:

- Cuentas de ahorro
- Créditos
- Ahorro programado
- Inversiones

En la actualidad la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Ecuatoriana Progresista cuenta con un millón de socios dueños afiliados, ocupa el primer lugar dentro del ranking de cooperativas ecuatorianas y el cuarto en el ranking de Latino América y El Caribe, pero algunos de los factores que han influido en gran medida en no alcanzar el éxito deseado son:

1. Los directores, las políticas y las estrategias de la empresa no han estado convencidos realmente de la necesidad de cambiar en dirección a las necesidades del mercado globalizado.
2. La falta de disciplina para encabezar un verdadero plan de mejora; no se han fundamentado en una visión de equipo.
3. las administraciones de la empresa desconocen cuáles son los aspectos que deben corregir y mejorar en una empresa.

Surge la necesidad de ver la problemática de esta cooperativa debido a la deficiencia que presenta en la atención a sus clientes, entre los problemas podemos analizar los siguientes:

- La falta de capacitación al capital humano de la empresa, permite que por desconocimiento no se pueda llegar a satisfacer las necesidades o dudas de nuestros socios o clientes.
- El desinterés por parte de los empleados ha ocasionado que muchos socios o clientes decidan desistir de ocupar nuestros servicios.
- Las medidas que se utilizan dentro de la empresa no son las adecuadas, y no poseen un protocolo de atención al cliente.

Por otro lado, hay casos en los cuales los intentos de mejora no se han desarrollado a partir de un diagnóstico evidentemente esto limita a que en la empresa no se pueda desarrollar un estudio de las principales faltas y deficiencias que esta presenta, es decir que no se ha tenido una visión clara de las metas, hacia las cuales se quiere llegar.

1.2 Ubicación del problema en un contexto

En la actualidad la administración empresarial moderna en el mundo presenta varios cambios en el ámbito comercial, en relación a la atención al cliente, es considerada una de las principales estrategias de venta y promoción, debido a que un cliente satisfecho se convertiría en un cliente potencial, y este a su vez sería el contacto o el enganche para promocionar nuestra empresa.

Para Arturo (2015) el servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo. Para entender mejor su concepto veamos a continuación los factores que intervienen en el servicio al cliente:

- **Amabilidad:** Amabilidad hace referencia al trato amable, cortés y servicial. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores saludan al cliente con una sonrisa sincera, cuando le hacen saber que están para servirlo, cuando le hacen sentir que están genuinamente interesados en satisfacerlo antes que en venderle, etc.

- **Atención Personalizada:** la atención personalizada es la atención directa o personal que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente. Se da, por ejemplo, cuando un mismo trabajador atiende a un cliente durante todo el proceso de compra, cuando se le brinda al cliente un producto diseñado especialmente de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias particulares, etc.
- **Rapidez En la atención:** la rapidez en la atención es la rapidez con la que se le toman los pedidos al cliente, se le entrega su producto, o se le atienden sus consultas o reclamos. Se da, por ejemplo, cuando se cuenta con procesos simples y eficientes, cuando se cuenta con un número suficiente de personal, cuando se le capacita al personal para que brinden una rápida atención, etc.
- **Ambiente Agradable:** un ambiente agradable es un ambiente acogedor en donde el cliente se siente a gusto. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores le dan al cliente un trato amable y amigable, cuando el local del negocio cuenta con una buena decoración, una iluminación adecuada, una música agradable, etc.
- **Comodidad:** Comodidad hace referencia a la comodidad que se le brinda al cliente cuando visita el local. Se da, por ejemplo, cuando el local cuenta con espacios lo suficientemente amplios como para que el cliente se sienta a gusto, sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular, un lugar en donde pueda guardadas sus pertenencias, etc.
- **Seguridad:** Seguridad hace referencia a la seguridad que existe en el local y que, por tanto, se le da al cliente al momento de visitarlo. Se da, por ejemplo, cuando se cuenta con suficiente personal de seguridad, cuando se tienen claramente marcadas las zonas de seguridad, cuando se tienen claramente señalizadas las vías de escape, cuando se cuenta con botiquines médicos, etc.
- **Higiene:** Higiene hace referencia a la limpieza o aseo que hay en el local o en los trabajadores. Se da, por ejemplo, cuando los baños del

local se encuentran siempre limpios, cuando no hay papeles en el piso, cuando los trabajadores están bien aseados, con el uniforme o la vestimenta impecable y las uñas recortadas, etc.

Según Neyra (2002) muestra que es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Para determinar cuáles son los que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno.

Según Michael Porter (2012), profesor de la escuela de negocio de Harvard reconocido a nivel mundial expreso que: “El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing y es considerada la principal de todas las estrategias de promoción, pensando en la capacidad innovadora, este concepto toma una trascendencia especial en la época actual, al admitir que para muchas organizaciones se convierte en un elemento diferencial de competitividad” (Porter, 2012).

Las pequeñas empresas latinoamericanas tomando como referencia el avance tecnológico que tienen otras empresas vienen desarrollando estrategias para mejorar la atención al cliente y así poder sobrevivir en este mundo globalizado.

En el Ecuador en la última década las empresas incluye en todos sus proceso el uso efectivo de las herramientas tecnológicas, de la información, para que de esta manera se facilite el manejo adecuado de las normas de educación, atención y satisfacción de nuestros clientes, las empresas han implementado varias estrategias dentro de su planificación

interna tener un personal altamente capacitado y contar con toda la información necesaria para así obtener los resultados deseados, que son el mantener y fidelizar a un cliente.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito "Juventud Ecuatoriana Progresista" Ltda., (JEP) cuenta con varias sucursales ubicadas estratégicamente en diferentes rincones del país, entre estas se encuentra la sucursal ubicada en Machala Provincia del Oro y cumple las condiciones necesarias para desarrollar un plan que nos permita mejorar la atención al cliente.

Tomando en consideración el contexto administrativo, como los ámbitos sociales y geográficos el presente trabajo de investigación se enfoca en lograr que:

1. Capacitar a nuestro personal para que puedan atender el requerimiento y puedan despejar las dudas de nuestros clientes.
2. Elaborar estrategias que nos permitan evaluar y mejorar nuestra atención.
3. Despejar todas las dudas de nuestros clientes respecto a los créditos y tasas de interés.
4. Mantener una buena relación laborable con nuestros empleados.
5. fortalecer los lazos laborables de nuestro equipo de trabajo.
6. Atender el problema objeto de esta investigación que se centra en la mejora de nuestros servicios.

1.3 Situación conflicto

La cooperativa de ahorro y crédito Juventud Ecuatoriana Progresista cuenta con una planificación conservadora y esto es debido a que muchos directores y empleados se resisten al cambio por lo que se hace casi imposible adaptar un modelo actualizado para mejorar el servicio al cliente,

durante varios años, esta empresa se ha manejado con el tradicional buzón de quejas y esto ha ocasionado que muchos clientes se sientan burlados e insatisfechos por no poder solucionar o despejar las dudas que tenían.

Tabla 1: Causas y Consecuencias

CAUSAS	CONSECUENCIAS
<p>✓ La atención al cliente es un medio de promoción para las empresas.</p> <p>✓ Las empresas hoy en día por los avances tecnológicos tienden a competir, por lo que se hace indispensable brindar un buen servicio.</p>	<p>✓ Falta de capacitación del personal.</p> <p>✓ Insatisfacción del cliente.</p> <p>✓ Falta de elaboración de un protocolo de atención y satisfacción del cliente</p>

Autora: Valvin,G (2020)

1.4 Formulación del problema

¿Cómo incide el servicio que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP en la satisfacción de los clientes?

1.5 Variables de investigación

Nuestra investigación parte de las siguientes variables que de acuerdo al alcance e incidencia se presentan como:

- **Variable dependiente:** Servicio al cliente
- **Variable independiente:** Satisfacción al cliente

1.6 Delimitación del problema

El problema objeto de estudio se circunscribe en el campo de la administración de una empresa y de la atención que brinda dentro de este mundo globalizado.

El aspecto a tratar es la elaboración de un plan de mejoras para el servicio al cliente de la Cooperativa de ahorro y crédito Juventud Ecuatoriana Progresista, la cual tuvo lugar de investigación en la ciudad de Machala Provincia del Oro por lo que será objeto de nuestra propuesta.

Campo: Administración de los servicios

Aspectos: Servicio al cliente

Área: Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista.

Periodo: 2020

1.7 Objetivos de la investigación

1.7.1 Objetivo general:

Establecer un plan de mejora del servicio que brinda a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP del cantón Pasaje para incrementar la satisfacción de los clientes.

.

1.7.2 Objetivos específicos:

- Fundamentar los aspectos teóricos relacionados a servicio al cliente y estrategia de servicio.
- Diagnosticar la situación actual del servicio al cliente que efectúa la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP.
- Determinar mejoras en el servicio al cliente y así incrementar la satisfacción en el cliente.

1.8 Justificación e Importancia

Esta investigación tiene como objetivo principal proponer una mejora en el servicio al cliente en la cooperativa de Ahorro y crédito Juventud

Ecuatoriana Progresista valiéndonos de herramientas administrativas y estrategias lograremos, mejorar nuestra atención, la captación de clientes y el crecimiento empresarial.

Con este proyecto intentaremos optimizar el servicio al cliente y así disminuir los constantes reclamos y queja que tienen, es evidente que la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP depende de los clientes, el buen trato hacia los usuarios es la clave del éxito.

En la actualidad muchas empresas financieras buscan competir y ofrecen mejores servicios es por ello que la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP debe estar en mejora continua del servicio al cliente para poder mantener las relaciones con los clientes actuales y atraer nuevos.

La empresa actualmente tiene un problema de mala comunicación interna causado por la falta de herramientas adecuadas o en mal estado, este problema genera mal ambiente de trabajo y falta de compromiso interno lo que ocasiona la insatisfacción de nuestros clientes.

Es importante conocer la realidad del caso y de esta manera podríamos pensar en mejoras, por ello es referente que se debe en primer lugar hacer una rigurosa investigación para conocer detalladamente los factores en los que podríamos intervenir.

Otro punto importante es que con este trabajo investigativo lograremos disminuir las quejas no solo de los clientes sino también de los trabajadores, porque está comprobado que trabajar en un ambiente sano en el que todos se sientan de la mejor manera será un gran beneficio para el negocio.

Por otro lado, cabe recalcar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP se compromete en cumplir el objetivo principal de esta investigación y de mejorar las expectativas institucionales, Teniendo en cuenta que la agilidad y servicio oportuno logrará que sus clientes se encuentren en su totalidad satisfechos

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes Históricos

La palabra servicio en su etimología procede del latín «servitium» que quiere decir servir, servil, siervo; El servicio al cliente ha tenido muchos cambios a lo largo del tiempo respondiendo siempre a los acontecimientos y necesidades de cada época, a principios de 1870 la interacción que se tenía entre los clientes y la atención al mismo era primitiva, debido a que la movilización en esa época era limitada, por ende, se tardaba más en solucionar los problemas que presentaban los clientes ocasionando la insatisfacción del mismo.

Podemos indicar que 1946 se formaliza la creación de la atención al cliente debido a que la Organización Internacional de Normalización (ISO), creo los primeros esquemas sobre la atención al cliente y la eficacia en el servicio.

En la década de los 80 y con aparición de las nuevas tecnologías, la atención al cliente toma un puesto importante en las empresas, especialmente en las empresas de servicio, se implementan nuevas formas de evaluación mediante encuestas on-line, y se efectúan varios procesos de capacitaciones a los empleados logrando mejorar el proceso de atención.

Brindar un excelente servicio ha sido objetivo de cambios perennes para las empresas, la frase célebre “El cliente siempre tiene la razón” ha sometido el escenario en la atención al cliente, no obstante, a partir de la década de los 90 la atención obtiene un papel activo para las empresas, que buscan colocar al cliente y sus necesidades en el centro de todas las disposiciones de negocios, cabe recalcar que en este periodo el boom tecnológico impacta de manera positiva a la atención al cliente, debido a

que la creación de nuevas estrategias de marketing como promociones, bonificaciones y regalías a los clientes permitieron obtener la fidelidad de los mismos, por otro lado el internet se convirtió en el aliado principal de empresas, y es considerado una herramienta importante a la hora de mejorar los procesos de capacitación.

En la actualidad la atención al cliente es un requisito obligatorio dentro de cualquier empresa y sus empleados, debido a que el empleado debe prepararse muy bien para poder proporcionar el mejor servicio al cliente basado en un buen trato, una buena actitud y la empatía dinámica.

Según el autor HUMBERTO SERNA GÓMEZ define que: El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos (SERNA, 2006)

La parte esencial de una empresa es el servicio al cliente, en vista que un cliente satisfecho es un cliente fidelizado, es decir la atención al cliente se basa más en como manejamos los canales de comunicación con nuestros clientes y esa es la parte esencial para cualquier empresa, sea de servicios o comercial el buen manejo de estos canales permitirán que nuestros clientes decidan optar por nuestros servicios.

2.2 Antecedentes Referenciales

Durante el proceso de investigación se ha encontrado información relevante respecto a la elaboración de un plan para la mejora del servicio al cliente, la Cooperativa de ahorro y crédito Juventud Ecuatoriana Progresista (JEP), está desarrollando y modernizando sus protocolos de servicio al cliente.

Según Karl Albrecht en el libro servicio al cliente: cómo mejorar una crisis de liderazgo en el trabajo, menciona que para poder dar un buen servicio externo es necesario hacer cambios internos que ayudarán a incrementar

la cooperación y la productividad entre los departamentos, de manera que toda la organización trabaje en equipo de un modo eficiente, desarrollando la estrategia de la empresa (Albertch, 2001).

Tomando en cuenta el texto del autor nos da a conocer que el tener un buen liderazgo el hacer cambios internos, nos permitirá dar un buen servicio externo que tendrá como resultado la satisfacción y la fidelidad de nuestros clientes.

Philip Kotler define a la satisfacción del cliente como el estado de ánimo de una persona, que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (KOTLER P, 2003).

Se puede definir también a la satisfacción al cliente como una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto o servicio con las expectativas de beneficios previas. (KELLER, 2006)

Como observamos en ambos enunciados Kotler y Keller nos manifiestan que si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho, pero si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda totalmente satisfecho también es bueno mencionar que si se supera la expectativa del cliente el cliente queda encantado con el servicio o producto.

Por otro lado, Janelle Barlow y Claus Moller en su libro de como utilizar los comentarios de un cliente como herramienta estratégica mencionan que, Si quiere que sus clientes sean fieles, tiene que considerar que sus propias quejas son regalos que le permitirán mejorar día a día (Claus Moller, 2005).

Los autores se enfocan literalmente en que la mejora de atención empieza primero en saber escuchar a los clientes, saber que les incomoda y mejorar.

Hoy en día la innovación se ha vuelto parte esencial de la empresa, si adaptamos las quejas y las convertimos en estrategias innovadoras obtendremos resultados positivos que nos permitirán crecer.

Según la revista digital soluciones PYMES la atención al cliente es algo que puede lograr la diferenciación en un negocio. De hecho, cuando el cliente se siente bien atendido en una tienda, suele volver a ella. Además, una buena atención genera satisfacción y es sinónimo de mejora. (SPYMES, 2017)

Tomando como referencia este enunciado, una buena atención al cliente genera cambios y diferencias en cualquier negocio sea pequeño o grande, también menciona que para poder brindar un servicio de calidad es necesario tener un personal sabiamente capacitado ya que de ellos depende que el cliente se sienta satisfecho.

Por otra parte, también hemos decidido tomar como referencia los siguientes enunciados:

Kotler y Keller mencionan que existen tres principales beneficios que toda empresa u organización pueden obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, a continuación, los detallamos:

- **Primer Beneficio:** El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar, por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro. (KOTLER, 2006)
- **Segundo Beneficio:** El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos. (KOTLER, 2006)
- **Tercer Beneficio:** El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar en el mercado. (KOTLER, 2006)

En conclusión, toda empresa que logre la satisfacción del cliente y llenar las expectativas del mismo obtendrá como beneficios:

- La lealtad del cliente

- Difusión gratuita
- Una determinada participación en el mercado.

Por otro lado, es bueno analizar también los elementos que conforman la satisfacción al cliente, cabe mencionar que estos elementos ya fueron indicados por Kotler, pero en el artículo digital de Iván Thompson un famoso consultor hace referencia sobre lo importante que es saber manejar estos elementos.

- **El Rendimiento Percibido:** Se refiere al desempeño el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el resultado que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. (KOTLER, 2006).

Thompson menciona que este elemento se basa ciertamente en la actitud del empleado y en el tipo de impresión que le brinda a nuestro cliente, si el empleado se muestra inseguro puede ser que el cliente se muestre también de cierta forma inseguro e insatisfecho.

Dada su complejidad, el rendimiento percibido puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el cliente. (THOMPSON, 2008).

- **Las Expectativas:** Las expectativas son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo.

Antes de comprar o de adquirir un servicio los clientes tienden a pensar mucho su decisión, debido a que las esperanzas y expectativas que tienen son grandes, si el empleado no cumple las expectativas del cliente puede ser que ocasione que el cliente ya no quiera comprar o adquirir un servicio, y un cliente perdido significa la pérdida de diez más, debido a su comentario negativo.

- **Los Niveles de Satisfacción:** Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

Gráfico 1 Niveles de Satisfacción



Autora: Valvin,G (2020).

El cliente al adquirir un servicio pasa por estos tres niveles, estos van a depender mucho del empleado y del desempeño que este tenga al atenderlo.

Si el empleado no cumple con las expectativas de nuestro cliente, por obvias razones el cliente se sentirá insatisfecho, por otro lado si el empleado cumple con todas las expectativas del cliente este se sentirá satisfecho y es seguro que regrese, pero si el empleado supera las expectativas de nuestro cliente este sentirá complacido, con ganas de volver pero esta vez generando fidelidad

Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron.

2.3 Fundamentación legal

La tesis presente se fundamenta en los siguientes artículos y leyes, en primer lugar podemos tomar en cuenta lo que indica la Ley orgánica de defensa del consumidor del año 2000 en el capítulo v habla sobre las responsabilidades y obligaciones del proveedor, y menciona que es deber del proveedor de servicios profesionales, atender a sus clientes con calidad y sometimiento estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas. (CONSUMIDOR, 2000).

Según establece la constitución de la república que las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados. (ECUADOR, 2008).

La superintendencia de bancos es la encargada de supervisar y controlar a las entidades del sistema financiero, es por eso que creo que es importante resaltar los siguientes artículos del código de derechos de usuario del sistema financiero que se encuentra vigente desde el 2010 en la página oficial de la superintendencia.

Según el Art. 9 de este código los usuarios tienen derecho de Acceder y recibir directamente información clara, precisa, oportuna, razonable, adecuada, validada, veraz y completa, relacionada con los productos y servicios ofertados por las instituciones del sistema financiero, especialmente en los aspectos financiero, legal, jurídico, operativo, fiscal y comercial, entre otras. (BANCOS, 2010)

También es importante mencionar lo que dice el Art.12 del mismo código El usuario tendrá derecho a recibir productos y servicios financieros de calidad en las siguientes condiciones:

- a) Recibir productos y servicios financieros de forma oportuna, eficaz, eficiente y buen trato;
- b) Exigir un trato no discriminatorio, transparente, equitativo y adecuado de las instituciones financieras, que considere la dignidad personal del usuario, el respeto de sus derechos, y que evite vulnerar su intimidad y descanso; y,
- c) Propagar las obligaciones contraídas sin que se le pueda exigir el pago de comisiones, intereses no devengados, penalización y/o sanción alguna para el usuario. (BANCOS, 2010)

2.4 Definiciones conceptuales

- **Institución financiera**

Una institución financiera es una institución que facilita servicios financieros a sus clientes o miembros.

- **Cooperativa de ahorro y crédito**

Las cooperativas de ahorro y crédito son sociedades cooperativas cuyo objeto social es servir las necesidades financieras de sus socios y de terceros mediante el ejercicio de las actividades propias de las entidades de crédito.

- **Plan de mejora:**

Un plan de mejora es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento, el rendimiento educativo en nuestro caso. Pueden ser de muchos tipos: organizativas, curriculares.

- **Estrategia:**

Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación.

- **Socio**

Un socio es un agente, persona u organización, que se alía a otro con el fin de lograr un objetivo común.

- **Cliente**

Un cliente es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Misión y Visión:

Misión:

Satisfacer las necesidades de los socios brindando productos financieros, excelencia en el servicio y sólidos valores.

Visión:

Ser la Institución Financiera más importante del Ecuador, por su excelencia en el servicio y por socios satisfechos.

Valores corporativos

- Compromiso: Cumplir y superar las expectativas de la Institución.
- Trabajo en equipo: Unión de esfuerzos para alcanzar un objetivo en común.
- Honestidad: Decir y actuar transparentemente, sin perjudicar a un tercero.
- Responsabilidad: Cumplir con los compromisos y obligaciones a tiempo.
- Prudencia Financiera: Manejo eficiente y responsable de los recursos de los socios.
- Mejora Continua: Crear permanentemente valor a nuestro trabajo, haciendo mejor las cosas todos los días.
- Cordialidad: Ser amable y con una alta disposición de servicios a nuestros socios.
- Equidad: Actuar con igualdad y justicia.
- Puntualidad: Llegar a tiempo para cumplir los compromisos y obligaciones adquiridas con la Institución.

3.1.3 Logotipo:

El logotipo de la cooperativa de ahorro y crédito Juventud Ecuatoriana Progresista (JEP) está diseñado de forma sencilla, y en letras grandes están las iniciales del nombre con fondo blanco y con colores vivos que representan la naturaleza.

Gráfico 2: LOGOTIPO



3.1.4 Organigrama



» **Machala I**

Calle Junín entre Av. Bolívar y Av. Pichincha

Horario de atención por emergencia sanitaria:

Lunes a Domingo

8:00 a 17:00

Llamar ahora: 07 413 5000

» **Machala II**

Boyacá, entre Guayas y Ayacucho.

Horario de atención por emergencia sanitaria:

Lunes a Domingo

8:00 a 17:00

Llamar ahora: 07 413 5000

» **Pasaje**

Rocafuerte y Colón (esq).

Horario de atención por emergencia sanitaria:

Lunes a Domingo

8:00 a 17:00

Llamar ahora: 07 413 5000

» **Santa Rosa**

Libertad entre Cuenca y Bolívar.

Horario de atención por emergencia sanitaria:

Lunes a Domingo

8:00 a 17:00

Llamar ahora: 07 413 5000

» **Piñas**

Av. Independencia y Eloy Alfaro.

Horario de atención por emergencia sanitaria:

Lunes a Domingo

8:00 a 17:00

Llamar ahora: 07 413 5000

» **Huaquillas**

Machala y Eloy Alfaro.

Horario de atención por emergencia sanitaria:

Lunes a Domingo

8:00 a 17:00

Llamar ahora: 07 413 5000

4

3.2 Diseño de la investigación

El enfoque de nuestra investigación es cualitativo. Por esta razón no es necesario realizar una investigación experimental, además como el objetivo de la tesis es proponer mejora en el servicio que brinda La Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP para contribuir en la satisfacción de los clientes efectuaremos un análisis de forma natural.

El diseño de investigación que utilizaremos en la solución de nuestro problema, es la investigación explicativa y descriptiva, ya que de esta manera se buscara la forma de diseñar estrategias acordes al tema para poder mejorar la atención al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito JEP.

A continuación, tomamos como referencia los siguientes diseños:

Explorativo:

La Investigación Explorativa se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se

tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.” (HERNANDEZ, DISEÑOS DE INVESTIGACION, 2003)

Descriptivo

La Investigación Descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Tamayo, 2006)

Explicativo

La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. (Arias, 2012)

Correlacional

Información respecto a la relación actual entre dos o más variables, que permita predecir su comportamiento futuro. (Tamayo, 2006)

3.3 Tipos de investigación

Inductivo

A través de este método se buscará la causa y efecto del problema que se genera al momento de atender a un cliente.

Deductivo:

Una vez establecidas las causas y consecuencias, a través del método deductivo se busca la solución al problema planteado, es decir se parte de lo general a lo particular.

En lo referente al enfoque metodológico se emplea el método cuantitativo y cualitativo los que permitirá que se diferencian substancialmente.

Método cualitativo

Aplicado en este trabajo investigativo, nos permitirá aplicar valores y recrearlos a su vez conociendo los diferentes entornos se podrá despertar el interés y obtener respuesta del público, que es el eje del proceso de

desarrollo de las estrategias para mejorar la atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro Crédito JEP.

Método cuantitativo

La aplicación de este método permitirá obtener información suficiente cuanto al problema que tiene la Cooperativa de ahorro y crédito JEP de esta manera obtendremos un porcentaje real acerca de la insatisfacción que se está generando en la empresa a su vez permitirá el desarrollo y análisis de las futuras estrategias.

Científico

La investigación científica permite la búsqueda metódica e intencional de conocimientos y soluciones de carácter científico, por lo que aplicada en la investigación permitirá establecer una opción, para la solución del problema.

Observación:

Aplicada como método y técnica identificará y detallará los ambientes en que se desarrolla el problema en este caso la Cooperativa de ahorro y crédito JEP a la vez determinará la factibilidad de la aplicación de las determinadas estrategias, así como percibir los contenidos aplicados en las mismas.

Descriptiva

Describe y detalla el contexto de los hechos, y permite detectar las fortalezas y debilidades de la Cooperativa de Ahorro y crédito JEP en relación con la aplicación de estrategias para mejorar el servicio al cliente que es el problema central de la investigación.

De campo.

La información se tomara del conjunto de involucrados en forma directa, con la parte del problema de donde se obtendrá datos fidedignos y reales del contexto, esto permitirá definir la información útil, tomada de primera

mano, el sitio, es decir se ejecutara en la Cooperativa de Ahorro y crédito JEP, ubicada en Machala, con los clientes, empleados y empleadas, analizando el contexto en el que se desenvuelve.

Bibliográfica

Es de tipo bibliográfico por cuanto se requiere acudir a un fondo bibliográfico y conocer la opinión de otros autores especialistas, que sustente la parte teórica con base y contenido científico del problema planteado y que es sujeto de investigación.

Se buscará información en otras fuentes, de autores vinculados con el tema en referencia, libros, documentos, leyes y soportes digitales, que permitirán comprobar o no la hipótesis planteada.

Al Correlacionar la información se puede conocer y determinar las estrategias que vamos a aplicar para mejorar la atención al cliente y así poder solucionar nuestro problema.

3.4 Población

La población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación (TAMAYO, 2012)

3.4.1 Población finita

Agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades.

La población involucrada en el presente trabajo de investigación está formada por los 80 clientes que fueron consultados mediante un formulario enviado a sus correos personales, para que fueran llenados y reenviados.

3.4.2 Población infinita

Es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible.

La población infinita se encuadra en los posibles clientes.

Tabla 2: Población

Población				
N °	Descripción	Hombres	Mujeres	%
1	Clientes	130	170	92.59 %
2	Empleados	11	13	7.41 %
Total de Población		324		100%

Autora: Valvin, J (2020)

Tomando en consideración la población con la que se pretende trabajar, suman un total de 324, por lo tanto, se hace imprescindible involucrar a todos, por lo que es necesario aplicar la fórmula estadística para hallar la muestra.

3.5 Muestra

Tamayo (2006), define la muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (Tamayo, 2006)

El muestreo es el proceso en el que se selecciona, una parte de una población con el fin de analizarlos y poder identificar características del total de la población, según lo expresa MATA, María (1997) "Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se

selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población". (Mata, 1997)

De esta definición podemos establecer que si deseamos conocer la opinión de la población sobre un tema, una forma de obtener este dato sería seleccionar un subconjunto de individuos, este grupo es una muestra, y la forma en que los escogemos es el muestreo.

Realizar el diseño de muestra permite ahorrar dinero, tiempo, pero sobre todo posibilita analizar las variables con mayor profundidad, por tanto es necesario que su tamaño sea el más conveniente para la investigación y el investigador.

Tamaño de la muestra

Al realizar un trabajo investigativo es importante conocer cuál será el número de personas a encuestar o a entrevistar por lo que se aplica una fórmula que según Fisher citado por Pineda et al, el tamaño de la muestra debe definirse partiendo de dos criterios:

De los recursos disponibles y de los requerimientos que tenga el análisis de la investigación. Por tanto, una recomendación es tomar la muestra mayor posible, mientras más grande y representativa sea la muestra, menor será el error de la muestra. (Pineda, 1994)

Se considera también para encontrar el tamaño de la muestra una fórmula estadística que depende fundamentalmente del margen de error, confiabilidad y la probabilidad.

Según La posibilidad de que la afirmación sea correcta se llama confiabilidad. Y la probabilidad es que cualquier elemento de la población tenga la misma posibilidad de ser elegido para integrar la muestra que se elaborara. (CFR.: MATA et al, 1997)

La fórmula es:

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + z_a^2 \times p \times q}$$

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

Cálculo de la muestra

Para calcular la muestra de nuestra investigación, reemplazamos los valores de la fórmula de la siguiente manera

$$n = \frac{N \times z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + z_a^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{324 \times (5)^2_a \times 95 \times 5}{90^2 \times (324-1) + (5)^2_a \times 95 \times 5}$$

$$n = \frac{3847.50}{40.95}$$

$$n = 94$$

3.6 Métodos, Técnicas e instrumentos

Permiten la organización y recolección de la información necesaria mediante las entrevistas, encuestas y cuestionarios de preguntas dirigidas para así poder describir, interpretar, entender y analizar cada una de las variables del problema.

Las técnicas aplicadas en el trabajo investigativo son la observación, encuestas y la entrevista:

La guía de observación

La guía de observación es un instrumento que se basa en una lista de indicadores que permiten redactar afirmaciones o preguntas, que orientan el trabajo de investigación, con este instrumento podemos analizar más a fondo el problema detectado y a su vez buscar soluciones.

La guía de observación está compuesta de por un encabezado y un cuerpo bien detallado, en el cual se encuentran los datos generales de la ficha, como la fecha, el nombre del observador, el espacio de observación, (en este caso sería el área de atención al cliente de cooperativa de ahorro y crédito JEP), el objetivo, los aspectos a observar, conclusiones.

Para nuestro trabajo de investigación ha sido necesario implementar este instrumento, debido a que esta manera podemos recopilar datos e información relevante de nuestro tema, la cooperativa de ahorro y crédito JEP presenta inconvenientes en el área de atención al cliente es por eso que nos enfocamos en analizar al personal de esta área y a los clientes para poder medir después con la encuesta su grado de satisfacción.

A continuación, presentamos la guía utilizada en este caso, cabe recalcar que tendrá un objetivo, que será el de observar los comportamientos tanto de empleados como clientes durante un día determinado, para de esta manera sacar nuestras propias conclusiones.



GUIA DE OBSERVACION

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA (JEP)

OBSERVADOR: Rosa Gabriela Valvin Loja

OBJETIVO: Observar y evaluar el comportamiento de los trabajadores del área de servicio al cliente de nuestra empresa

Aspectos a evaluar	Si	No	A veces	Observación
Saluda al cliente cordialmente			x	En ocasiones atiende directamente la petición del cliente
Escucha atentamente la petición del cliente	x			
Evita distraerse y es atento			x	Pierde la concentración por actividades externas
Busca solucionar el inconveniente del cliente	X			
Le da varias opciones de solución cliente			x	Solo ofrece soluciones en línea
Utiliza un buen lenguaje verbal y corporal	X			
Transmite confianza al cliente			x	En temas específicos pide

				ayuda a otro compañero
Ofrece los servicios de la cooperativa JEP	X			
Menciona los beneficios de cada servicio	X			
Agradece la visita y se despide adecuadamente	X			

Después de obtener toda la información procedemos a realizar una encuesta que permita detectar más a fondo el problema y poder buscar una solución factible.

La encuesta

Se elaboran preguntas con respuestas de opción múltiple, que conocemos como cuestionario de encuestas. El cuestionario se lo realizará en Google form y luego lo enviaremos vía e-mail a los 80 clientes elegidos con los que se podrá recabar información relevante y establecer las posibles soluciones.

Banco de preguntas

Es un conjunto de preguntas elaboradas para identificar los datos necesarios sobre la problemática planteada con el propósito de analizar, determinar y alcanzar los objetivos del proyecto de investigación.

Diseño de encuesta.

La encuesta tiene 10 ítems, y se enfoca en los clientes y personas que han adquirido los servicios de la Cooperativa de ahorro Juventud Ecuatoriana Progresista (JEP), los ítems están formados de preguntas con respuestas múltiples en base a lo que queremos investigar.

Análisis de los resultados de la encuesta

Durante el periodo de investigación y recopilación de datos mediante la encuesta, se ha llegado a las siguientes conclusiones, los datos estadísticos reflejan que:

1. Existe un alto porcentaje de personas que no le gustan los servicios que ofrece la cooperativa de ahorro y crédito JEP debido a que los empleados no se encuentran 100% capacitados, y transmiten inseguridad al momento de tener un dialogo con los clientes.
2. Es imprescindible desarrollar y aplicar varias estrategias para la mejora de nuestros servicios.
3. Es bueno desarrollar una estrategia que motive a nuestros clientes a utilizar los servicios que ofrecemos.
4. Las expectativas que tienen nuestros clientes son altas respecto a los préstamos que ofrece la cooperativa de ahorro y crédito JEP.
5. Las faltas de compromiso de los empleados han ocasionado que los clientes prefieran otras entidades financieras.
6. El trato de los empleados es muy formal.

Análisis de la entrevista

De la entrevista realizada al gerente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista JEP obtuvimos las siguientes respuestas:

Al realizar la primera pregunta al gerente sobre qué opina acerca del servicio al cliente que se brinda dentro de la cooperativa, el inmediatamente contesto lo siguiente el servicio al cliente es la parte esencial de cualquier

empresa, porque un cliente bien atendido es un cliente fiel y es ahí donde obtenemos el éxito.

A esto le sumo un comentario curioso he importante, la parte esencial de una empresa depende netamente del personal y de los valores que este tenga, la honestidad en una persona crea confianza, por ende la confianza que el trabajador le transmite al cliente también es esencial para un buen servicio.

Después de una larga charla con el gerente, inmediatamente pasamos a la segunda pregunta donde enfatizamos si la utilización de nuevas estrategias, mejorara el servicio al cliente de la cooperativa de ahorro y crédito JEP, Ante esta pregunta manifestó que, si es necesario la utilización de nuevas estrategias debido a que el mundo va avanzando a pasos agigantados, hoy en día tenemos una sociedad tecnológica y es necesario estar preparados ante cualquier situación.

Pero, ¿Qué tan importante es la utilización de un plan de mejoras? A lo que contesto lo siguiente: Es importante y urgente que se utilicen nuevos métodos que motiven a nuestros empleados y a nuestros clientes; contamos con empleados capacitados y profesionales, pero la falta de motivación ha ocasionado que baje su rendimiento y por consiguiente el descontento de algunos clientes, no obstante, es importante recalcar que son fallas que vamos poco a poco mejorando.

En lo referente a la cuarta pregunta acerca de que si la cooperativa utiliza medios para que los clientes se encuentren motivados obtuvimos una respuesta afirmativa a esta pregunta ya que al expresar que los clientes cuando llegan a solicitar los servicios los encargados de cada área y el personal de ventanilla son los responsables de brindar la información adecuada y de solucionar de forma atenta los requerimientos del cliente o socio.

Es así que después de un descanso de diez minutos continuamos con la segunda ronda de preguntas de la cual obtuvimos las siguientes respuestas

En cuanto a la pregunta cinco acerca de los resultados que a obtenido mediante la estrategia de proyecciones de videos y publicidad nos contestó, que las redes sociales, la página web y las llamadas telefónicas les ha servido de mucho a la hora de promocionar a la cooperativa, así el cliente se ve motivado a visitar nuestra sucursal.

Por el bien de la empresa lo haría, pero que para ello era necesario saber qué tipo de enfoque se le daría, recopilar datos lo más pronto posible y trabajar enseguida en la idea.

Si, es necesario tener una capacitación constante debido a que el mundo va cambiando y las nuevas tecnologías nos obligan a aprender más, un empleado capacitado da una buena imagen para empresa, a su vez si el empleado tiene todas las herramientas y todos los conocimientos nuestros clientes o socios quedarían satisfechos.

De la entrevista realizada al gerente de la empresa se deduce lo siguiente:

1. Se hace necesario e imprescindible la elaboración de un plan de mejoras en el área de atención al cliente de Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP.
2. Los empleados administrativos deben capacitarse en las estrategias a aplicarse.
3. Realizar seguimiento mediante la aplicación de los instrumentos de evaluación.
4. Se puede tomar como referencia las estrategias aplicadas en otras cooperativas con el mismo problema.
5. Se debe tomar en consideración la opinión de los empleados y de los clientes para así llegar a una sola conclusión.
6. Motivar a los empleados con incentivos interno

Diagrama de causa y efecto:

Este diagrama creado por el profesor Ishikawa nos ayudara a analizar de forma general el problema y el efecto que tiene en nuestra empresa, por esta razón se hace necesario implementarlo en este proyecto de investigación.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

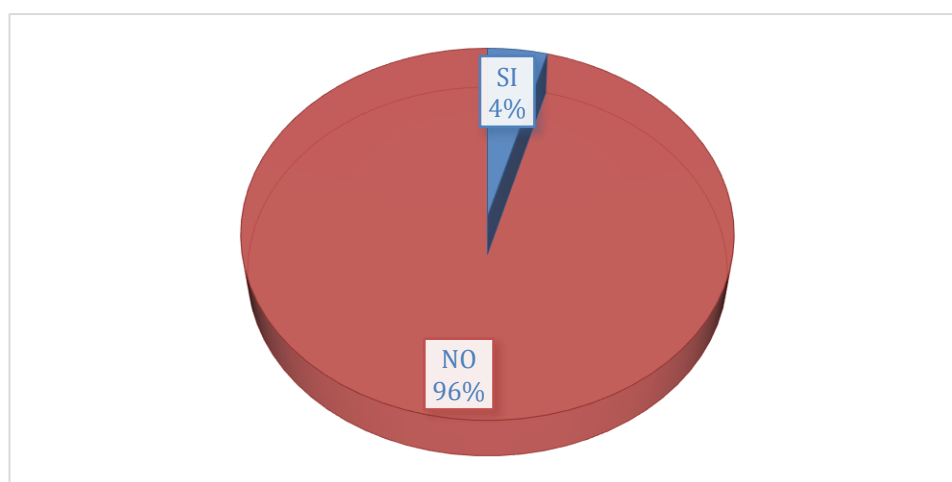
Encuesta

Tabla 3: TE GUSTO NUESTRA ATENCIÓN

Parámetro	Frecuencia	%
SI	4	4.3
NO	90	95.7
TOTAL	94	100

Autora: Valvin, G (2020)

Gráfico 3: TE GUSTO NUESTRA ATENCIÓN



Autora:Valvin, G (2020)

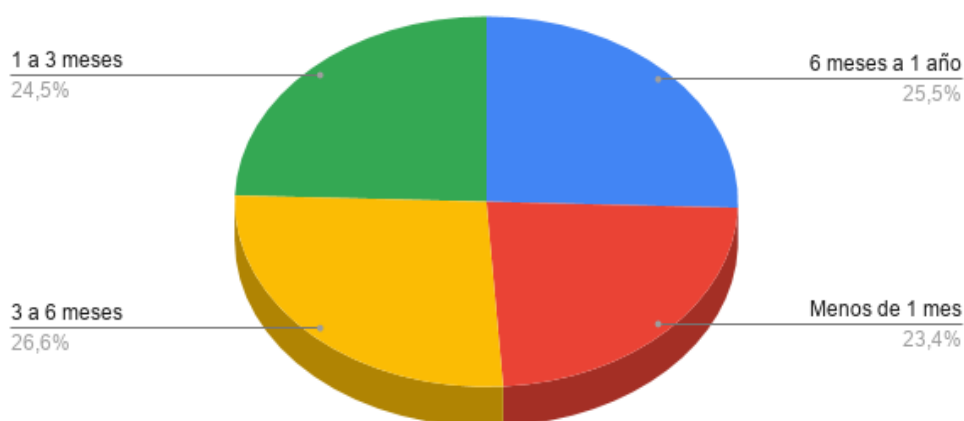
De la encuesta realizada la mayoría de los usuarios y personas que visitaban la cooperativa de ahorro y crédito JEP se sienten inconformes con el servicio, debido a que un 90% de los encuestados contestaron que no recomendarían nuestros servicios, mientras un 4% mencionaba que si nos recomendarían, esto se debe a que la falta de capacitación en personal de servicio al cliente está teniendo un impacto negativo en nuestra empresa.

Tabla 4: DESDE CUANDO UTILIZAS NUESTROS SERVICIOS

Parámetro	Frecuencia	%
1 a 3 meses	23	24.5
3 a 6 meses	25	26.6
6 meses a 1 año	24	25.5
Menos de 1 mes	22	23.4
TOTAL	94	100

Autora:Valvin, G (2020)

Gráfico 4: DESDE CUANDO UTILIZAS NUESTROS SERVICIOS



Autora:Valvin, G

La segunda pregunta de la encuesta realizada a los clientes nos da a conocer con qué frecuencia es visitada la cooperativa de ahorro y crédito

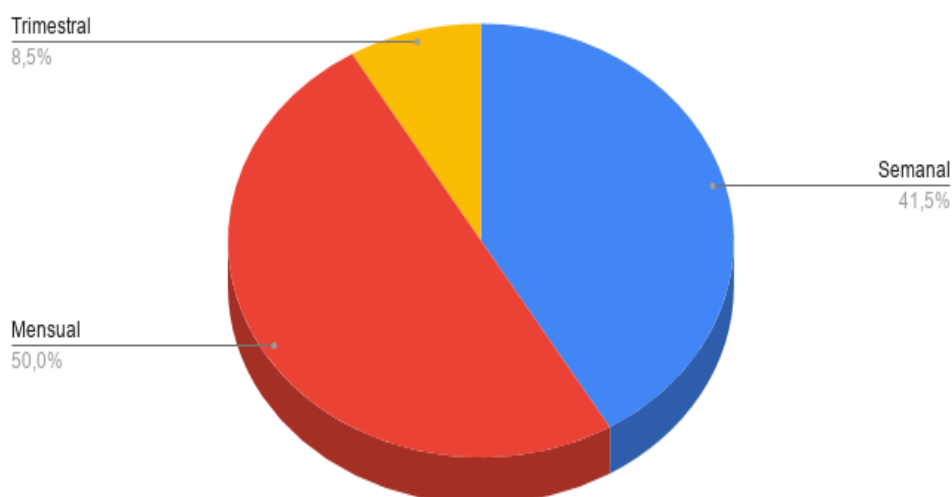
Juventud Ecuatoriana Progresista de la cual obtuvimos los siguientes datos menos de un mes obtuvimos un 23,4%, por otro lado en la opción de 1 a 3 meses resaltamos un 24,3% así mismo de 3 a 6 meses obtuvimos un 26.6% y por ultimo durante el periodo de 6 a 1 año nos arroja un resultado de un 25,5% esto se debe al poco seguimiento que se le dan a los socios internos o clientes leales de la cooperativa.

Tabla 5: CON QUE FRECUENCIA VISITA NUESTRO ESTABLECIMIENTO

Parámetro	Frecuencia	%
Semanal	39	41.5
Mensual	47	50.0
Trimestral	8	8.5
TOTAL	94	100

Autora:Valvin, G (2020)

Gráfico 5: CON QUE FRECUENCIA VISITA NUESTRO ESTABLECIMIENTO



Autora:Valvin, G (2020)

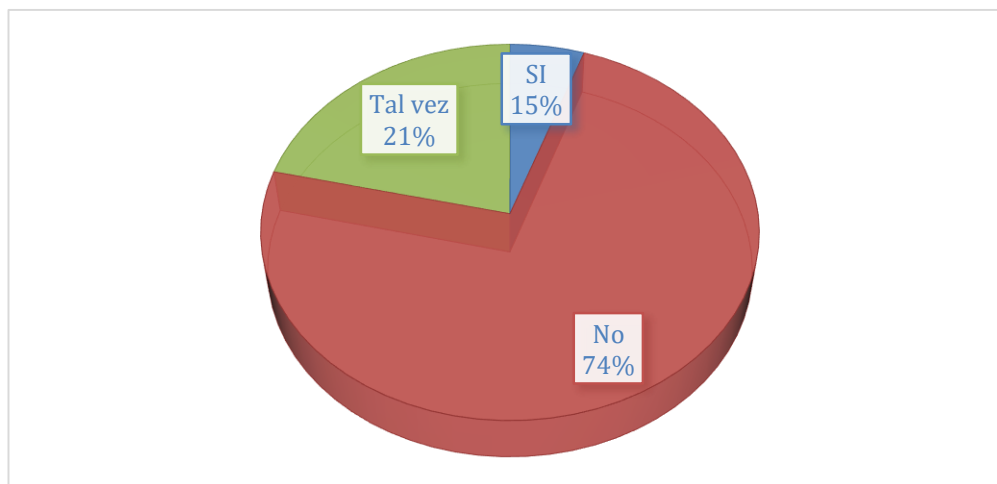
Cuando le preguntamos a los clientes con qué frecuencia visita nuestro establecimiento, un 41.5% de los usuarios contestaron que nos visitan de manera semanal, el 8,5% nos visitan de forma trimestral, la mayoría de los usuarios que serían un 50% nos visitan de manera mensual, esto se debe a que los empleados no están realizando la gestión adecuada para fidelizar a nuestros usuarios, también se puede asumir que la mayoría de usuario opta por los servicios en línea que ofrece la cooperativa.

Tabla 6: CONSIDERA QUE NUESTROS SERVICIOS SATISFACEN SUS NECESIDADES

Parámetro	Frecuencia	%
Si	6	5.3
No	68	73.4
Tal vez	20	21.3
TOTAL	94	100

Autora:Valvin, G (2020)

Gráfico 6: CONSIDERA QUE NUESTROS SERVICIOS SATISFACEN SUS NECESIDADES



Autora:Valvin, G (2020)

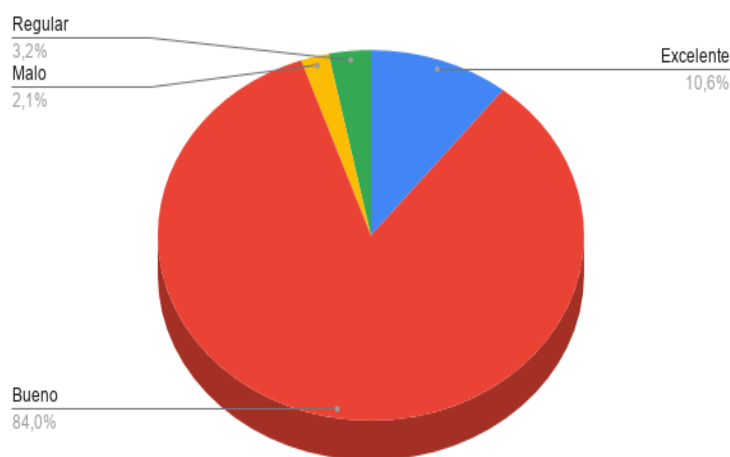
Cuando le preguntamos a los clientes si consideraban que nuestros servicios satisfacen sus necesidades obtuvimos los siguientes datos un 5.3% contesto de forma afirmativa, por otro lado un 73.4% contesto que no y para concluir un 21.3% contesto que tal vez, la mayoría de los usuarios de la cooperativa de ahorro y crédito JEP no recomendarían nuestros servicios debido a que la atención que recibieron antes no era adecuada, está en una pauta important6e para iniciar nuestro tema de investigación y encontrar estrategias que nos permitan mejorar de forma efectiva.

Tabla 7: COMO CALIFICARÍAS NUESTRO SERVICIOS

Parámetro	Frecuencia	%
Excelente	10	10.6
Bueno	79	84.0
Malo	2	2.1
Regular	3	3.2
TOTAL	94	100

Autora: Valvin, G (2020)

Gráfico 7: COMO CALIFICARÍAS NUESTRO SERVICIOS



Autora: Valvin, G (2020)

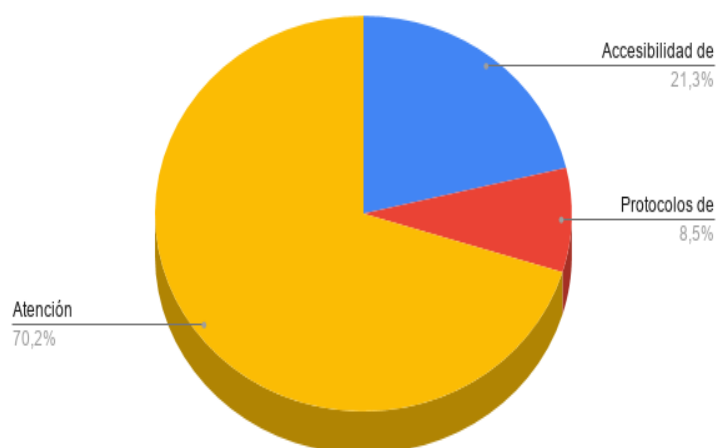
Cuando efectuamos la siguiente pregunta a nuestros clientes, un 10.6% califica a la cooperativa de ahorro y crédito JEP, como una institución que brinda un excelente servicio, un 84% cataloga que nuestro servicio es bueno, un 2.1% piensa que nuestros servicios son malos y un 3.2% recalcan que nuestros servicios son regulares, estas son unas de las pautas que tomamos mucho en cuenta para la elaboración de estrategias que nos permitirán mejorar nuestra atención al cliente.

Tabla 8: QUE TE GUSTARÍA QUE MEJOREMOS

Parámetro	Frecuencia	%
Atención	66	70.2
Accesibilidad de créditos	20	21.3
Protocolos de requisitos	8	8.5
TOTAL	94	100

Autora: Valvin, G (2020)

Gráfico 8: QUE TE GUSTARÍA QUE MEJOREMOS



Autora: Valvin, G (2020)

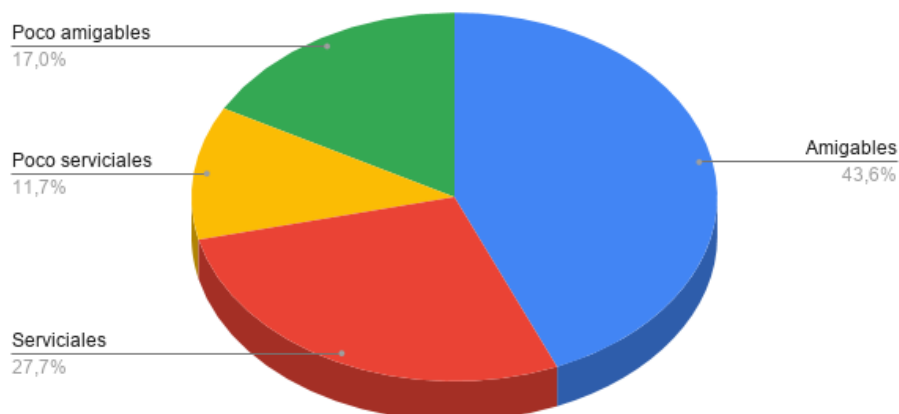
La siguiente pregunta la realizamos con el fin de que los clientes mismos sean quienes digan en que teníamos que mejorar, de esta manera obtuvimos los siguientes resultados; un 70.2% expresa que debemos de mejorar en la atención brindada, un 21.3% nos sugieren que mejoremos en la accesibilidad de crédito. Y un 8.5% en protocolos de requisitos de acuerdo a esta petición, hemos decidido implementar estrategias que nos permitan mejorar nuestra atención.

Tabla 9: COMO DESCRIBIRÍAS A NUESTRO PERSONAL

Parámetro	Frecuencia	%
Amigables	41	43.06
Poco amigables	16	17.0
Serviciales	27	27.7
Poco serviciales	11	11.7
TOTAL	94	100

Autora: Valvin, G (2020)

Gráfico 9: COMO DESCRIBIRÍAS A NUESTRO PERSONAL



Autora: Valvin, G (2020)

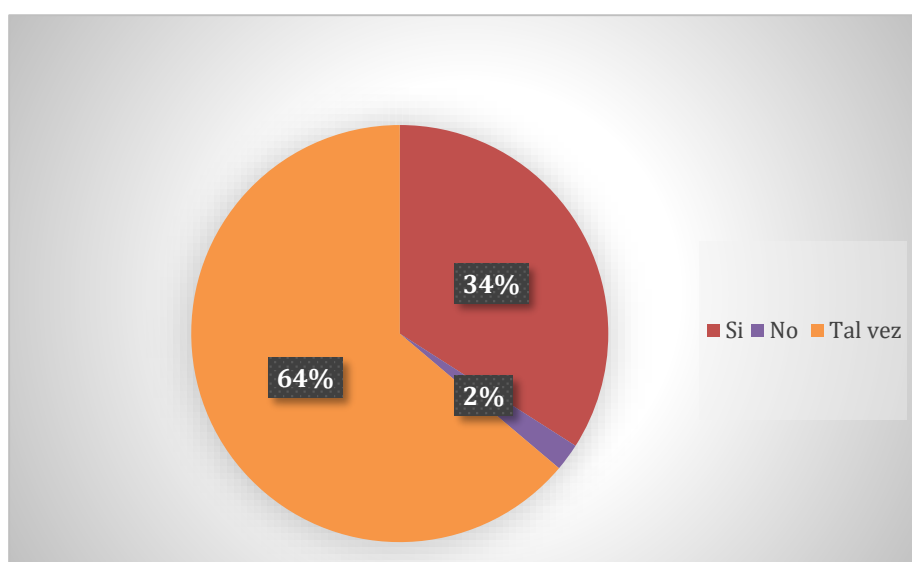
De la siguiente pregunta obtuvimos los siguientes resultados; cómo describiría a nuestro personal, un 43.6% expresa que tenemos un personal amigable pero poco atento, un 17% resalta que nuestro personal es poco amigable un 27.7% determinada que nuestro personal es servicial y un 11.7% menciona que es poco servicial.

Tabla 10: RECOMENDARÍAS NUESTROS SERVICIOS

Parámetro	Frecuencia	%
Si	32	34.0
No	2	2.1
Tal vez	60	63.8
TOTAL	94	100

Autora: Valvin, G (2020)

Gráfico 10: RECOMENDARÍAS NUESTROS SERVICIOS



Autora: Valvin, G (2020)

De la siguiente pregunta obtuvimos los siguientes resultados; un 34% expresa que si recomendaría nuestros servicios, un 2% recalca que no

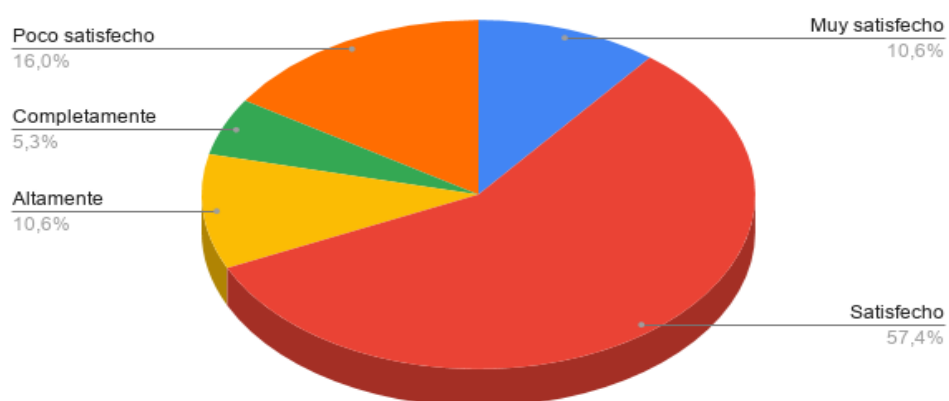
recomendaría nuestros servicios y 64% menciona que tal vez puede recomendar nuestro producto.

Tabla 11: QUE TAN SATISFECHO SE SIENTE CON LA ATENCIÓN QUE BRINDA COOPERATIVA JEP

Parámetro	Frecuencia	%
Satisfecho	54	57.4
Altamente satisfecho	10	10.6
Muy satisfecho	10	10.6
Poco satisfecho	15	16.0
Completamente insatisfecho	5	5.3
TOTAL	94	100

Autora: Valvin, G (2020)

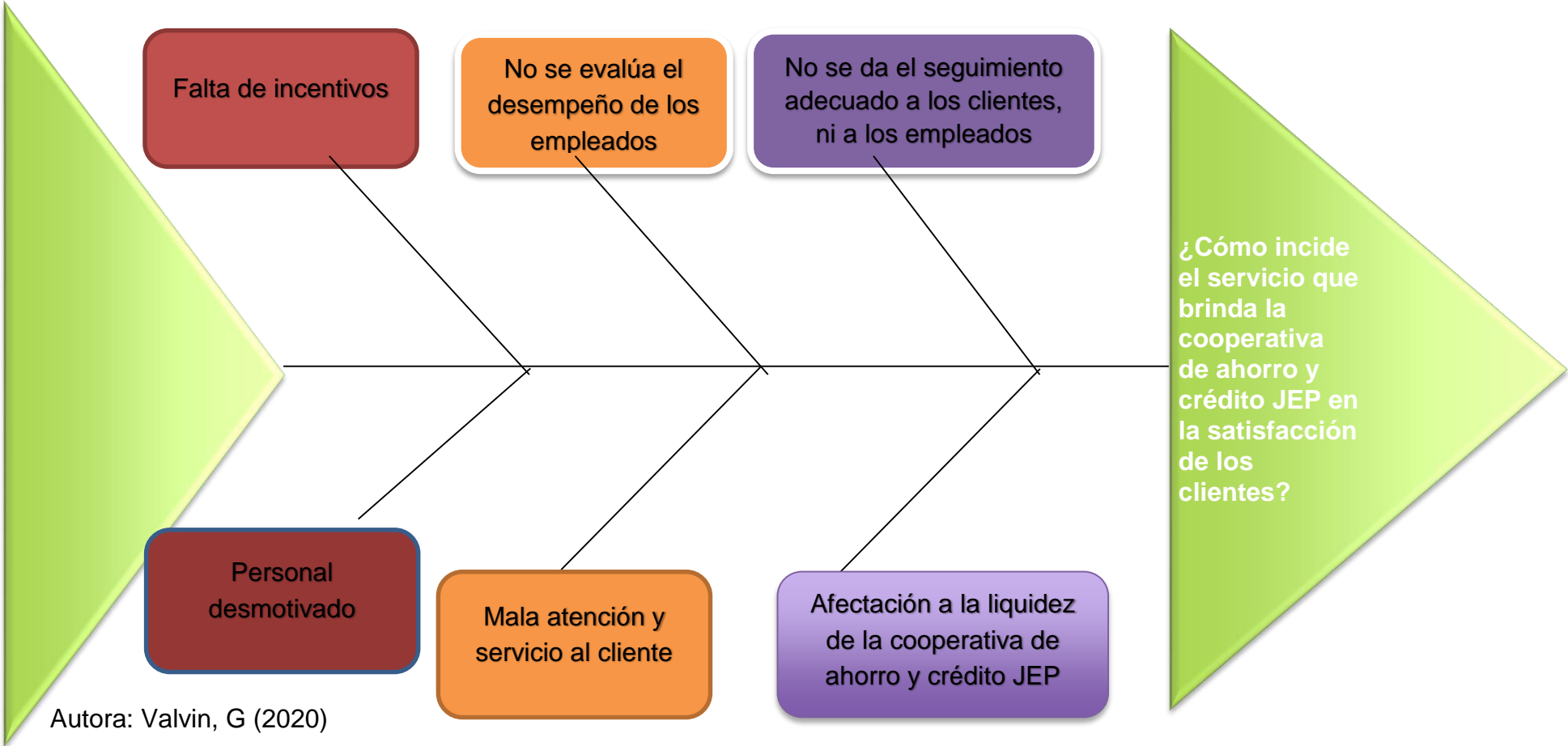
Gráfico 11: QUE TAN SATISFECHO SE SIENTE CON LA ATENCIÓN QUE BRINDA COOPERATIVA JEP



Autora: Valvin, G (2020)

De la siguiente pregunta obtuvimos los siguientes resultados; un 10.6% menciona que está muy satisfecho con la atención brindada de nuestro personal, un 57.4% se siente satisfecho, un 16.9% se encuentra poco satisfecho un 5.3% se encuentra totalmente insatisfecho con la empresa el 16.0 se encuentra poco satisfecho, y es de aquí que parte para poder efectuar nuestras estrategias y poder mejorar.

Gráfico 12: DIAGRAMA DE CAUSA Y EFECTO



Autora: Valvin, G (2020)

El estudio de campo realizado, dentro del proceso investigativo, en la entidad financiera estableció como objetivo principal “Establecer un plan de mejora del servicio que brinda a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP del cantón Pasaje para incrementar la satisfacción del cliente” Mediante la aplicación de las encuestas abiertas a los socios se alcanzaron resultados que expresan en parte la problemática y la necesidad de la elaboración de la propuesta dentro de este estudio de caso, que comprende principalmente el desarrollo del plan de mejoras para incrementar la satisfacción de los clientes y socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP del cantón Pasaje dentro de la parte administrativa y atención, fortaleciendo estrategias que ayuden a lograr una mayor satisfacción en los clientes de la entidad financiera.

Del estudio In situ se logró detectar que el problema básico es la poca satisfacción que sienten los socios, debido a que se carece de estrategias de atención acorde a la función y realidad de la Cooperativa. Se dejó entrever que se ha incurrido en un mal manejo de las relaciones interpersonales, así como de otorgar servicios financieros insuficiente, pocos competitivos en el mercado financiero, lo que ha ocasionado la disminución de captación de clientes, a esto se suma la grave crisis económica a nivel mundial y nacional, en gran medida al confinamiento en casa ante la pandemia.

Considerando estos aspectos, las encuestas y entrevistas realizadas se presenta el siguiente plan de mejoras a aplicarse en la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP del cantón Pasaje para incrementar la satisfacción del cliente a partir del presente año.

La presente propuesta busca mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer las funciones de la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP, evitar los malos comentarios de insatisfacción por parte de socios, y lograr nuevos clientes y captaciones, la finalidad fundamental es preservar los clientes y atender sus requerimientos de financiamiento al ser una entidad financiera legal,

aceptada y amparada por los organismos financieros y la Constitución de la República del Ecuador.

Tomando en consideración que las actividades financieras son un servicio de orden público y que de acuerdo a la ley sus actividades son administrar y brindar en forma eficiente y responsable los ahorros de la cuenta ahorristas; fortalecer la inversión productiva y optimizar la atención a los socios y clientes.

En base a esta normativa constitucional se apoya la elaboración del presente Plan de mejoras del servicio que se brinda a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP del cantón Pasaje.

Otro de los justificativos para el presente estudio investigativo es cumplir con el objetivo tres del Plan Nacional del Buen Vivir, el cual sostiene: Mejorar la calidad de vida de la población, es decir que con el plan de mejoras para la cooperativa de ahorro y crédito se podrá incrementar la satisfacción de los clientes, que se fundamenta en el trabajo investigativo realizado, en la visita in situ y de manera práctica y teórica.

Las estadísticas proporcionadas por la cooperativa de ahorro y crédito JEP, en la práctica verifican que existe un bajo incrementos de clientes y un alto grado de desinformación debido al mal manejo de las relaciones interpersonales y los servicios poco competitivos, mientras que la justificación teórica se basa en los libros de estrategia y plan de mejoras.

Para el desarrollo de un plan de mejora entre los libros examinados y teorías propuestas se encuentran la de Fayol, el cuál sostiene que una vez que se han constituido el grupo social y laboral, es necesario hacerlo funcionar, y para esto se necesita del cumplimiento de una serie de procesos, que serán revisados metódicamente en el marco teórico de este análisis. Así mismo, Taylor, manifestaba que el papel esencial del gerente es exigir una planeación de tareas, que los empleados deben cumplir y realizarlas, las tareas y el trabajo hacían desarrollar a la empresa o entidad productiva.

En base a la normativa legal, práctica y teórica, se sustenta y justifica la elaboración de un plan de mejoras “Plan de mejoras de servicio a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP del cantón Pasaje”.

Los planes de mejoras en la actualidad se convierten en una parte fundamental de apoyo para la dirección en una empresa u organización, por cuanto de manera adecuada se puede planear y examinar las actividades que se realizan, a largo y corto plazo en cualquier área de la institución.

Su ejecución incrementara la satisfacción de los clientes y captación de nuevos socios en base al mejoramiento de los servicios que se ofrecen en la cooperativa de ahorro y crédito JEP, los indicadores que se establecen reflejaran la situación actual de la cooperativa y así poder determinar si se llega a la meta que se requiere.

4.4 La Propuesta

Plan de mejoras para incrementar la satisfacción y captación de socios en la cooperativa de ahorro y crédito JEP del cantón Pasaje.

La propuesta evoluciona de acuerdo al tiempo y la necesidad de la cooperativa, por lo que debe estar unido con las metas de la institución, a cumplir los objetivos, bien direccionados y enfocados, pero sin dejar de lado que el “mejoramiento” va a estar en manos de cada empleado. Debido a que ha existido un análisis previo en la institución financiera dado por una autoevaluación en todas las áreas.

Esta autoevaluación determina las fortalezas y debilidades, que deben ser puestos en consideración por la empresa para poder elaborar el plan estratégico de mejora, porque son estas las que van a dar la pauta para iniciar la realización del plan de acción para la mejora, para incrementar los clientes de la Cooperativa de ahorro y crédito.

El cumplimiento de este plan para mejorar la satisfacción de los clientes y captación de nuevos socios termina constituyéndose en un objetivo de la institución financiera como parte del proceso para obtener el crecimiento global de toda la institución

Análisis FODA

Durante el proceso de investigación, es necesario que analicemos los factores internos de la empresa (fortalezas y debilidades), tales como son las disponibilidades tecnológicas, financieras, el talento humano, entre otros; así como los factores externos (Oportunidades y Amenazas), es decir, todos los aspectos políticos, ambientales, legales, etc., que pueden afectar la estabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito JEP.

Esta es una forma de conocer las ventajas y desventajas que tiene la cooperativa de ahorro y crédito JEP, a continuación, presentamos nuestro cuadro FODA.

Tabla 12: MATRIZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">● Imagen corporativa de la cooperativa de ahorro y crédito JEP.● Personal profesional y capacitado	<ul style="list-style-type: none">● Crecimiento corporativo de la cooperativa de ahorro y crédito JEP.● Alianzas estratégicas.● Crecimiento profesional de empleados.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">● Poca capacidad de gestión comercial para vincular nuevos socios.● Falta de servicios tecnológicos● Falta de seguimiento a los socios	<ul style="list-style-type: none">● Crecimiento y superación de la competencia directa.● Despunte tecnológico de la banca tradicional.● Emergencia Sanitaria nacional que impide aglomeraciones

Autora: Valvin, G (2020)

Tabla 13: METODOLOGIA 5W2H

Objetivo: Elaboración de un plan de mejoras de atención al cliente para la cooperativa de ahorro y crédito JEP

Problema	¿Qué?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Cuánto?
Insuficiente capacitación del personal administrativo	Capacitar al personal de atención al cliente en calidad y servicio mejorar el desempeño mediante cursos proporcionados por la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria.	Capacitación en módulos, presencial y practico, con una duración de 20 horas, durante 3 días, con media hora descanso, esta compartida en tres módulos: 1. Como brindar una buena atención al cliente 2. Relaciones humanas e interpersonales.	Mejorará la atención al cliente dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP	Salón de juntas de la cooperativa JEP	Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria. Expositor Ing. Daniel Miranda consultor en Marketing	Inicia Lunes 1 de marzo 2021 Termina: miércoles 3 de marzo	\$900 \$ 450 \$150

		3. Lenguaje kinésico					
Inadecuado lugar de atención y sala de espera para los clientes	Adecuar de la infraestructura interna, módulos y sala de espera	Acondicionar los módulos de atención al cliente y la sala de espera mediante la adquisición de muebles, enseres y equipo audiovisual	Mejorará la estética de las oficinas, lo que harán que los socios se sientan orgulloso de formar parte de esta institución, además de poder brindar una atención de calidad	Cooperativa de ahorro y crédito JEP	Personal administrativo y de logística	Abril 2021	\$2000
Perdida de socios de la cooperativa de ahorro y crédito JEP	Lograr la Fidelización de los socios a la cooperativa de ahorro y crédito JEP,	Brindando una buena atención Implementando incentivos para los socios mediante la aplicación de un mejor programa de beneficios destinado para los socios: Plan	Mejorar la afluencia de clientes y la fidelización de los mismos en la cooperativa de ahorros y crédito JEP	Cooperativa de ahorro y crédito JEP	Dpto. Atención al cliente	Abril -Junio 2021	\$ 800

		ahorro, Plan Salud, Plan vivienda; créditos con tasas pasivas preferenciales en marcadas dentro de las regulaciones emitidas por el Banco Central del Ecuador.					
Falta de profesionalismo por parte del personal de atención al cliente	Evaluar de manera interna al personal del área	Realizar el Test de actitudes, Conocimientos y servicio de calidad.	Mejorar el proceso de contratación de personal, Y desempeño del personal administrativo que ya labora en la cooperativa de ahorro y crédito JEP	Cooperativa de ahorro y crédito JEP	Psic. Maritza Briones Talento humano	Mayo – Junio 2021	\$200
TOTAL							\$ 4500,00

Autora: Valvin, G (2020)

CONCLUSIONES

Durante este trabajo investigativo, se ha determinado que la cooperativa de ahorro y crédito JEP y su sucursal en Machala, no han tenido una buena acogida debido al enfoque que se le estaba dando, es por eso que se han llegado a las siguientes conclusiones:

- Se logró fundamentar todos los aspectos relacionados con la atención al cliente y todas las estrategias de servicio que se deben emplear para así tomar los correctivos respectivos, también se determinó que la falta de compromiso por parte del personal administrativo, han ocasionado que los socios de dicha cooperativa busquen otras opciones para poder obtener créditos o poder guardar sus ahorros.
- El diagnóstico realizado mediante las herramientas utilizadas en este proceso de investigación nos lleva a la conclusión que la atención brindada en la cooperativa, y que la inseguridad de los empleados al momento de manifestar o solucionar un problema hacían dudar a los clientes, es por esta razón que se implementa un plan de capacitación interna a los empleados.
- Para determinar mejorar en la empresa es necesario analizar cada punto expuesto, a inexperiencia y deficiencia de conocimientos generales han ocasionado que el departamento de atención al cliente no funcione de forma correcta, y esto a su vez genera la insatisfacción de muchos socios. Por esta razón implementamos estrategias acordes que nos permitan mejorar en el servicio al cliente y así incrementar la satisfacción del mismo.

RECOMENDACIONES

Debido al tema de elección, se ha fundamentado de forma clara todos los conceptos respecto a la Atención al cliente, y la importancia que tiene en cualquier empresa, sea cual sea el origen, en nuestro caso es en la cooperativa de ahorro y crédito JEP, una vez analizado el tema, y expuesto ciertos puntos recomendamos lo siguiente:

- Implementar el plan de mejoras propuesto para capacitar, mejorar los espacios internos y consecuentemente la satisfacción y fidelidad del cliente.
- Es importante mantener un orden interno y contratar personal capacitado para así poder avanzar con las capacitaciones internas al personal y brindar la mejor atención a los socios de la cooperativa.
- Contratar personal externo que nos ayude con el seguimiento a los clientes ya que, de esta manera, conoceremos a fondo las necesidades del mismo.
- Elaborar estrategias que permitan fidelizar a nuestros socios ofreciéndoles incentivos en este caso se les puede ofrecer un mes de gracia en los créditos.
- Contratar una asistente de personal que se enfoque directamente en informes internos sobre el buen ambiente laboral esto permitirá saber las inquietudes de los empleados.

Bibliografía

- Albertch, K. (2001). *SERVICIO AL CLIENTE: COMO MEJORAR UNA CRISIS DE LIDERAZGO EN EL TRABAJO.*
- Arias, F. G. (2012). *DISEÑO DE INVESTIGACION.*
- BANCOS, S. D. (2010). *CODIGO DE DERECHOS DEL USUARIO FINANCIERO.* GUAYAQUIL.
- Claus Moller, J. B. (2005). *COMO UTILIZAR LOS COMENTARIOS DE UN CLIENTE COMO HERRAMIENTA ESTRATEGICA.*
- CONSUMIDOR, L. O. (2000). *RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL CONSUMIDOR.* Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec053es.pdf>
- ECUADOR, C. D. (2008). *SECCION NOVENA: PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS.* MONTECRISTI - ECUADOR.
- HERNANDEZ. (2003). *DISEÑOS DE INVESTIGACION.*
- HERNANDEZ. (2010). *TIPOS DE INVESTIGACION.*
- HERNANDEZ. (2010). *TIPOS DE INVESTIGACION.*
- JEP, C. (19 de 9 de 2019). *Cooperativa JEP.* Obtenido de <https://www.coopjep.fin.ec/la-jep/institucion/filosofia-institucional>
- KELLER, K. (2006). *UN SERVICIO DE CALIDAD.*
- KOTLER. (2006). *LA ADMINISTRACION Y LA SATISFACCION DEL CLIENTE.*
- KOTLER, P. (2003). *Satisfaccion al cliente.*
- Mata, M. C. (1997). *Como elaborar muestras para sondeos.* Quito: Aler.
- Pineda, B. (1994). *Metodologia de la investigacion.* Washington: OPS.
- Porter, M. (20 de abril de 2012). La competitividad. *El Herald*, pág. 6.
- SERNA, H. (2006). *ATENCION AL CLIENTE.*
- SPYMES. (2017). *SOLUCIONES PYMES.* Obtenido de <https://www.padigital.es/experiencia-de-cliente/por-que-tus-empleados-deben-hacer-un-curso-atencion-al-cliente.html>
- Tamayo. (2006). *Muestras en una investigación.* México: Guadalajara.
- TAMAYO. (2012). *METOODS DE INVESTIGACION.*

THOMPSON, I. (2008). *SATISFACCION DEL CLIENTE*. Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf.

ANEXOS



Fuente: Trabajo de investigación para proponer mejoras en el servicio al cliente de la Coop. de Ahorro y Crédito JEP. del cantón pasaje
Autora: Valvin, G (2020)



Fuente: Trabajo de investigación para proponer mejoras en el servicio al cliente de la Coop. de Ahorro y Crédito JEP. del cantón pasaje
Autora: Valvin, G (2020)



Fuente: Trabajo de investigación para proponer mejoras en el servicio al cliente de la Coop. de Ahorro y Crédito JEP. del cantón pasaje
Autora: Valvin, G (2020)



Fuente: Trabajo de investigación para proponer mejoras en el servicio al cliente de la Coop. de Ahorro y Crédito JEP. del cantón pasaje
Autora: Valvin, G (2020)



Fuente: Trabajo de investigación para proponer mejoras en el servicio al cliente de la Coop. de Ahorro y Crédito JEP. del cantón pasaje
Autora: Valvin, G (2020)