

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizó con la finalidad de conocer el servicio al cliente en las oficina de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda” Sucursal – Latacunga, para lo cual se contó con la colaboración de todo el personal y los socios quienes contribuye con el diseño de un manual de atención al cliente en beneficio de la institución.

En el capítulo I se establecen los fundamentos teóricos, sobre el objetivo de estudio que está basado en las categorías como: Administración, Estrategia, Atención al Cliente y Manual donde se describen los pasos a seguir para conservarel servicio al cliente. En el capítulo II se analizan los resultados, por medio de la investigación realizada al personal que labora en la entidad y a los socios, mediante las técnicas de la encuesta y la observación; se puede constatar de qué forma da el servicio al cliente. Los resultados fueron tabulados y representados en gráficos estadísticos, lo que permitió la comprobación de las preguntas directrices, y en el capítulo III es la descripción de la propuesta, se conoce los resultados obtenidos en la propuesta los mismos que cumplen la satisfacción para la investigadora, para las oficina de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda” Sucursal – Latacunga, ya que se cumplió con el propósito de dar un buen servicio al cliente.

Conocedora de que este trabajo no será el único soporte significativo ni el pilar fundamental para que se mejoren todos los problemas del servicio al cliente que existen, no es menos cierto que señalan pautas precisas en el tema indicado, ya que se ha sugerido los cambios permanentes como la aplicación de técnica de servicio que tengan como objetivos alcanzar una nueva actitud al momento de dar una atención al cliente y buena organización personal. Por último se dará a conocer las conclusiones y recomendaciones con resultados positivos que se han logrado obtener con la implantación del manual de atención al cliente.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 ADMINISTRACIÓN

1.1.1 Antecedente

La Administración nace con la necesidad del ser humano de organizar para subsistir. El hombre, por sí solo, es incapaz de producir la satisfacción de las necesidades. Fue precisamente la necesidad de disminuir o eliminar los limitantes que le impone el ambiente físico, lo que obliga a formar la organización social.

Vivimos en una sociedad donde el esfuerzo cooperativo es el núcleo de la organización humana. Hoy en día, la complejidad de la organización humana y el desarrollo de la ciencia y la tecnología, ha llevado a considerar que la administración es la clave para lograr los objetivos.

Según BABBAGE, Charles (1998, Pág.10);“LaAdministración es la representación de la historia de su disciplina, los hechos acerca de lo que ha pasado en situaciones similares anteriores y relacionarlas con otras experiencias y otros conocimientos actuales.”

Para la tesista la administración es el conjunto de actividades que se basa en la planificación y objetivos de una institución, ya que es la acción y efecto de administrar, toda institución debe tener la capacidad de definir, alcanzar y evaluar el propósito.

1.1.2 Concepto.

La Administración es el proceso de funciones y actividades, que se lleva a cabo los objetivos de una organización para el desarrollo de la institución, es la comprensión, explicación y análisis dinámico de la realidad. La Administración es la parte fundamental para la institución que percibe de función, evolución, crecimiento y conducta.

Según el autor SERRA, Hermida (2003, Pág.76); sostiene que la Administración “es el proceso mediante el cual una empresa desarrolla y ejecuta organizadamente sus actividades y operaciones, aplicando los principios que le permiten en conjunto tomar las mejores decisiones para ejercer el control de sus bienes, compromisos y obligaciones que lo llevará a un posicionamiento de objetivos y metas propuestas para el futuro.”

Para la postulante la administración es un paso muy importante para la institución porque se toma decisiones, con confiabilidad de ideas de planes para un futuro eficaz.

1.1.3 Funciones de la Administración.

La Administración es una actividad compuesta por ciertas sub-actividades que constituye en proceso administrativo único. Está formado por cinco funciones fundamentales, planeación, organización, ejecución dirección y control, son funciones administrativas; cuando se consideran en su enfoque global para alcanzar objetivos, que forma el proceso administrativo del cual está determinado por el conjunto de las funciones administrativas.

La planeación consiste en especificar los objetivos que se debe conseguir y decidir con anticipación las acciones adecuadas que se debe ejecutar para lograr.

Entre las actividades la planeación cuenta con el análisis de las situaciones actuales, la anticipación al futuro, la determinación de los objetivos, la decisión de los tipos de actividades en la que participa la institución, la dirección estratégica corporativa y de negocios, y la determinación de los recursos necesarios para lograr las metas de la organización.

a.Planeación

La determinación de los objetivos y elección de los cursos de acción para lograr, con base a la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un futuro.

Se considera a la planeación como un proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción.

La planeación define lo que pretende realizar la empresa más adelante y cómo debe realizarlo, es la primera función administrativa, se encarga de definir los objetivos para el futuro desempeño organizacional, decide sobre los recursos y tareas necesarias para alcanzarlos de manera adecuada con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse.

La importancia de la planeación tiene los siguientes pasos:

- ✓ Aclarar, amplificar y determinar los objetivos.
- ✓ Se debe pronosticar.
- ✓ Establecer las condiciones y suposiciones bajo las cuales se hará el trabajo.
- ✓ Seleccionar y declarar las tareas para lograr los objetivos.
- ✓ Establecer un plan general de logros enfatizando la creatividad para encontrar medios nuevos y mejores de desempeñar en el trabajo.
- ✓ Establecer políticas, procedimientos y métodos de desempeño.
- ✓ Anticipar los posibles problemas del futuro.

- ✓ Modificar los planes al día para ver los resultados del control.

b. Organización

Es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo social.

Una empresa puede organizarse por áreas, en las que una persona con autoridad y responsabilidad desempeña varias actividades específicas. Así mismo en una empresa se debe organizar los trabajos de tal forma que las personas conozcan sus funciones y saber quien dirige o coordina los trabajos.

La importancia de la organización tiene los siguientes pasos:

- ✓ Se subdivide el trabajo en unidades operativas.
- ✓ Agrupar las obligaciones operativas en puestos.
- ✓ Aclarar los requisitos del puesto.
- ✓ Seleccionar y colocar a las personas en el puesto adecuado.
- ✓ Utilizar y acordar la autoridad adecuada para cada miembro de la administración.
- ✓ Suministrar facilidades personales y otros recursos.
- ✓ Concordar la organización al día para ver los resultados del control.

c. Ejecución

Se lleva a cabo físicamente las actividades para realizar los pasos de planeación y organización, es necesario para la administración de la institución, para tomar medidas, que de inicio y continúen las acciones requeridas por los empleados de la institución con la ejecución de instruir la ayuda a los empleados a mejorar el trabajo mediante su propia creatividad y la compensación.

La importancia de la ejecución tiene los siguientes pasos:

- ✓ Dar lugar a una persona idónea para que realice su mejor trabajo.
- ✓ Facilitar la comunicación con efectividad.
- ✓ Dar perfeccionamiento a los empleados para que realice todo su potencial.
- ✓ Recompensar con reconocimiento y buen pago por un trabajo bien hecho.
- ✓ Satisfacer las necesidades de los empleados a través de esfuerzos en el trabajo.
- ✓ Reconocer los esfuerzos de la ejecución que cada día da resultados para controlar las actividades.

d. Dirección

Es la fase del proceso de la administración, se hace referencia a la forma como se imparten las órdenes o instrucciones a las personas de la empresa y se explica que lo que se debe hacer, aunque son de mucha importancia las cualidades personales de quien va a ejecutar la actividad, es conveniente tener en cuenta las características de una buena instrucción.

La importancia de la dirección tiene los siguientes pasos:

- ✓ Poner en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización
- ✓ A través de ellos se logran las formas de conducta más deseables en los empleados en el orden organizacional
- ✓ La dirección eficiente es determinante en la moral de los empleados, y consecuentemente en la productividad
- ✓ Su calidad se refleja en el logro de los objetivos, la implementación de métodos en la organización
- ✓ Se establece una comunicación necesaria para que la organización funcione.

e. Control

Se puede definir como el proceso de vigilancia de las actividades para asegurar que si se están cumpliendo, como fueron planificados y corregidos cualquier

desviación significativa. Todos los gerentes deben participar en la función de control, aun cuando sus unidades estén desempeñándose como se proyectó. Los gerentes no pueden saber en realidad si sus unidades funcionan como es debido hasta haber evaluado qué actividades se han realizado y haber comparado el desempeño real con la norma deseada.

Un sistema de control efectivo asegura que las actividades se terminen, de manera que conduzcan a la consecución de las metas de la organización. El criterio que determina la efectividad de un sistema de control es que tan bien facilita el logro de las metas. Mientras más ayude a los gerentes a alcanzar las metas de su organización, mejor será el sistema de control

La importancia del control tiene los siguientes pasos:

- ✓ Comparar los resultados con los planes generales.
- ✓ Evaluar los resultados contra los estándares de desempeño.
- ✓ Idear los medios efectivos para medir las operaciones.
- ✓ Comunicar cuales son los medios de medición.
- ✓ Transferir datos detallados de manera que muestren las comparaciones y las variaciones.
- ✓ Sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias.
- ✓ Informar a los miembros responsables de las interpretaciones.
- ✓ Ajustar la revisión a la luz de los resultados del control.

1.1.4 Interrelación entre las funciones

Las cinco funciones fundamentales de la administración se encuentran entrelazadas e interrelacionadas, para el orden de las funciones que serán pasos importantes para indicar el proceso, en la institución en marcha, el gerente es el encargado de controlar todos los problemas que se encuentra en la entidad para resolver ejecutar y planear.

1.1.5 Importancia de los objetivos

El objetivo administrativo es la meta que se persigue, que prescribe un ámbito definido y sugiere la dirección a los esfuerzos de planeación de un gerente.

Los objetivos del gerente son:

1. La meta es la mira que se va a perseguir y debe ser identificado en términos claros y precisos.
2. El ámbito de la meta que se persigue está incluido en la declaración de los límites o restricciones precisas que se debe observar.
3. La dirección proporciona los cimientos para los planes estratégicos apropiados que se debe formular para alcanzar los objetivos.

1.1.5.1 Tipos de objetivos

- ✓ Proporcionar varios productos y servicios.
- ✓ Estar delante de la competencia.
- ✓ Crecer.
- ✓ Aumentar las utilidades que tiene la institución y disminuyendo los costos.
- ✓ Proporcionar bienestar y desarrollo a los empleados.
- ✓ Ser un ciudadano empresarial socialmente responsable.
- ✓ Desarrollar el comercio a nivel internacional.

1.1.5.2 Clasificación de los objetivos

- a. Objetivos primarios:** Por lo general están relacionados con una entidad.
- b. Objetivos secundarios:** Ayuda a realizar los objetivos primarios e identificar las miras con esfuerzos destinados a aumentar la eficiencia y la economía en el desempeño del trabajo de los empleados.

- c. Objetivos individual:** Son objetivos personales de los miembros individuales de una organización sobre una base diaria, semanal, mensual o anual, dependiendo del punto de vista que se toma para alcanzar, siendo subordinados a los objetivos primarios o secundarios de la organización.

- d. Objetivos Sociales:** Se refiere a las metas de una organización para la sociedad, se incluye el compromiso de dar apoyo al cumplimiento de requerimientos establecidos por la comunidad y varias dependencias gubernamentales que se refiere a la seguridad, prácticas laborales, reglamentación de precios y además se incluyen los objetivos orientados a aplicar el mejoramiento social, físico y cultural de la comunidad.

1.1.5.3 Medición de objetivos

Es la determinación de lo que deba medirse y como debe medirse que presenta dificultades en especial en las áreas donde los objetivos son un tanto abstractos como la lealtad a los empleados, desarrollo del empleado o la responsabilidad social, sin embargo tales áreas pueden hacerse aproximaciones y obtener resultados razonablemente satisfactorios.

1.1.5.4 Jerarquía de los objetivos

Para toda empresa existe una jerarquía de objetivos. Esta puede abarcar los objetivos que se refieren a las empresas en general, que se relaciona con los deseos de los clientes al igual que con el público y la sociedad en general.

Sin embargo la jerarquía contiene más comúnmente solo los objetivos dentro de la empresa. En el nivel superior de la organización y proporcionando el objetivo para todos los esfuerzos organizacionales se encuentra el objetivo u objetivos principales – subordinados, pero definitivamente relacionados con los objetivos principales se encuentra los objetivos derivados incluyendo los objetivos

departamentales que fija la recta de segmentos particulares de las unidades organizacionales de la empresa.

1.1.5.5 Guías para los objetivos

- ✓ El objetivo es el resultado de la participación de los responsables de la realización de actividades dentro de la empresa.
- ✓ Todo objetivo de la empresa debe apoyar a los objetivos generales de la institución.
- ✓ Los objetivos debe tener cierto alcance. La mayoría de las personas que laboran se sienten más satisfechos y trabajan mucho mejor cuando existe un reto razonable.
- ✓ El objetivo debe ser realista. El objetivo no solo necesita ser razonable para la persona responsable de su realización sino también realista a la vista tanto de las restricciones del entorno interno como del externo en un caso dado.
- ✓ El gerente de éxito mantiene los objetivos al día, los revisa periódicamente y hace revisiones cuando se cree que es ventajoso hacerlo.

1.1.6 Principales tipos de planeación administrativa

El gerente trata diariamente con diferentes tipos de planes; algunos se refiere a una sola actividad o individuo que pertenece a los departamentos.

1. Programas
2. Proyectos
3. Presupuestos
4. Planes permanentes
5. Políticas
6. Procedimientos
7. Reglas

La política revela la intención del gerente, para que los periodos del futuro y se determinan antes de la necesidad de tales intenciones. Estas son guías generales en su uso. La política define las áreas en los cuales se van a tomar decisiones, pero no indica la decisión. La política señala la dirección general sancionada que se debe seguir y las áreas. Manteniéndose dentro de esos límites predeterminados, pero con libertad para decidir dentro de las áreas estipuladas, el trabajo del gerente se ejecuta de acuerdo con la planeación general de la empresa. Una política es una guía general verbal o escrita que establecen los límites que proporcionan la dirección y los límites generales dentro de los cuales tendrá lugar la acción administrativa.

1.2 ESTRATEGIA

1.2.1 Concepto

Es el cambio estructural que se maneja en un momento, en que se establece una interacción con el entorno cuando se comienza a hablar del desarrollo de estrategias, se puede dar de muchas formas, ya sea mediante la innovación de procesos, productos, servicios, tecnología, u otros factores productivos que generan resultados positivos dentro del marco administrativa, para tener una mayor aproximación hacia el tema se tendrá que partir desde el punto en que se debe tener claro como implementar estrategias hacia el logro de objetivos propuestos y para que se hace.

BURGELMAN, (2002, Pág.11): estrategia" es la explícita de los objetivos generales de la empresa y los cursos de acción fundamentales, de acuerdo con los medios actuales y potenciales de la empresa, a fin de lograr la inserción en el medio socio económico".

Para la tesista la estrategia es un aspecto fundamental para la institución porque hay opciones de ideas para resolver los asuntos que se presenta en la entidad, con el fin de tener una estabilidad administrativa, con el propósito de tener una meta propuesta para el futuro.

1.2.2 Los componentes de la Estrategia

El autor MENGUZZATTO, Renal; expresa "que los componentes de la estrategia son pasos importantes para la institución para el desarrollo de actividades que lleva a cabo de las ideas opuestas, que tiene diferencias o ventajas competitivas lógico y económico." (2000, Pág.47)

Se considera elemental tener componente de la estrategia por que permite organizar las tares de la institución sin obstáculos, con el fin de tener una economía eficaz.

a) Visión

Para PORRAS, Collins (1997, Pág.10-30); comenta que la: “Visión es un elemento muy importante para desarrollar los objetivos previstos para tener ideas claras y precisas con una orientación fija lo cual permitirá guiar los pasos para no caer en el error y tener un futuro y una meta que seguir.”

Para la postulante la visión es un componente que permite enfocar planes, ideas, objetivos que está enfocado en la institución, para el perfeccionamiento de actividades que está vinculado con la ordenación establecida.

d) Misión

Para CAMPBELL, Joseph (1992, Pág.28); cuenta que la “Misión incluye los siguientes elementos: propósito, estrategia, valores, políticas y estándares de comportamiento. Tanto la estrategia como los valores son conectores entre el propósito de la organización y los patrones de comportamiento resultantes. Existe una misión fuerte cuando los cuatro elementos se refuerzan entre sí.”

Para la investigadora, la misión tiene objetivos que cumplir en el cual permite la distribución de ideas de las personas que está al frente de la entidad en la cual permite tomar decisiones claras y precisas para el ordenamiento de funciones.

1.2.3 Modelo de Negocio

Según HAMEL, (2000, Pág. 86); menciona que el Modelo de Negocio es: “La configuración de competencias, recursos y procesos clave, incluyendo procesos de innovación, operación, servicio y su interacción, que resulta una proposición de ventaja de competitividad.”

Para testista el modelo de negocio es la base principal de los recursos que tiene la empresa que se puede afrontar realmente a las metas y proyectos, delineados en el tiempo que cree necesario poder alcanzar el objetivo deseado.

1.2.4 El marco integral para la Dirección Estratégica

Es la parte principal para tomar decisiones sobre ideas fundamentales que tiene la empresa para no tener complicaciones en el futuro, la estrategia es la parte fundamental del negocio.

1.2.5 El sistema de ejecución organizacional.

Se determina la capacidad de implementar la estrategia actual y otras opciones en proceso de desarrollo. Incluye estructura, procesos de selección y desarrollo del personal, sistemas de medición y de incentivos, normas y estándares de comportamiento, la idea de cultura, entendida como valores, creencias y normas de comportamiento vigentes en la organización.

1.2.6 Visión y objetivo

La visión normalmente enfatiza el desempeño, también puede incorporar una perspectiva sobre el futuro de la producción o el dominio de la organización, y nuevos diseños organizacionales o modelos de negocio a emplear. El objetivo respecto al desempeño puede presentarse en términos principales para los clientes organizacionales, indicando quiénes serán los beneficiarios principales de los esfuerzo.

- ✓ Clientes
- ✓ Inversionistas
- ✓ Empleados y otros miembros de la organización
- ✓ Público en general

1.3 ATENCIÓN AL CLIENTE

1.3.1 Concepto

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de los clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios. La empresa al no satisfacer las necesidades y deseos de los clientes no tendrá un desarrollo económico, el funcionamiento de la entidad sería muy corta.

Todo esfuerzo debe estar orientado hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sean de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado

Hoy la situación ha cambiado en forma dramática, la presentación de la oferta de bienes y servicios y la saturación de actividades comerciales obliga a la empresa a actuar con criterios distintos para captar y retener a los "clientes."

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo.

Para LARREA, Enrique (1987, Pág. 10-12); en su Teoría de Atención al Cliente expresa que él: "Éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes, porque ellos son los protagonistas principales y es el factor más importante que interviene en el juego de los negocios".

Para la tesis el cliente es la pieza clave para cualquier organización, porque gracias a él, depende la existencia del negocio y también de todas aquellas personas que laboran en la empresa, por esta razón hay que hacer conciencia a toda la institución que gracias al pago que hace el cliente por su servicio.

1.3.2 Un cliente

- ✓ La persona más importante de nuestro negocio.
- ✓ No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- ✓ Nos está comprando un producto o servicio y no haciéndonos un favor.
- ✓ Es el propósito de nuestro trabajo, no una interrupción al mismo.
- ✓ Es la parte más importante de nuestro negocio y no alguien ajeno al mismo.
- ✓ Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión es satisfacerlo.
- ✓ Es merecedor del trato más cordial y atento que le podemos brindar.
- ✓ Es alguien a quien debemos complacer y no alguien con quien discutir o confrontar.
- ✓ Es la fuente de vida de este negocio y de cualquier otro.

1.3.3 Conocer al cliente

El comportamiento de los consumidores, que reciben influencia de los medios de comunicación para modificar los hábitos de compras con mucha rapidez.

Estas y otras muchas reflexiones son las que nos permiten conocer a nuestros clientes, crear valor, mejorar la calidad del servicio, lograr fidelidad, crecer.

1.3.4 Fines del Cliente

- ✓ Un precio razonable de conjunciones
- ✓ Una adecuada calidad por lo que paga
- ✓ Una atención amable y personalizada
- ✓ Un horario cómodo para ir a comprar
- ✓ Un buen servicio de entrega a domicilio
- ✓ Posibilidad de comprar a crédito (tarjeta o cheques)
- ✓ Un local cómodo y limpio

Un cliente se siente insatisfecho cuando no recibe la atención adecuada y además experimenta un comprensible estado de incomodidad. Lo seguro es que ninguno de los clientes volverá a comprar en esa empresa y además inducirá a muchos para que compren en otro lado.

1.3.5 Pérdidas de Clientes

- ✓ Porque se mueren
- ✓ Porque se mudan a otra parte
- ✓ Porque se hacen amigos de otros
- ✓ Por los precios bajos de la competencia
- ✓ Por la mala calidad de los beneficios/servicios
- ✓ Por la indiferencia y la mala atención del personal de ventas y servicio, vendedores, supervisores, gerentes, telefonistas, secretarias, despachantes, repartidores, cobradores y otros en contacto con los clientes.

1.3.6 Principales causas de insatisfacción del Cliente

- ✓ El servicio se brinda en una forma poco profesional
- ✓ He sido tratado como un objeto, no como una persona
- ✓ El servicio no ha sido efectuado correctamente la primera vez
- ✓ El servicio se prestó en forma incompetente con pésimos resultados
- ✓ La situación empeoró después del servicio
- ✓ He sido tratado con muy mala educación
- ✓ El servicio no se prestó en el plazo previsto
- ✓ Otras causas menores

Es importante instrumentar un sistema de capacitación y motivación que involucre a todo el personal que interviene en este proceso. Se aclarara definición de tareas y responsabilidades, para hacer previsible los resultados al igual que reducir constantemente la cantidad de clientes insatisfechos.

1.3.7 Servicio al Cliente

En esta lógica comercial lo que importa todo que aumente los costos. Si hace demasiado constancia en los servicios al cliente, el costos en general tiende a incrementar notablemente y pierde competitividad.

Ventajas

Las ventajas del servicio al cliente son:

- ✓ Precios bajos
- ✓ Amplia variedad de productos en el mismo espacio físico
- ✓ Menores gastos de compra
- ✓ Tener parqueadero de estacionamiento propia

d. Desventajas

Las desventajas del servicio al cliente son:

- ✓ Importante limitación en servicios al cliente
- ✓ Despersonalización de quién compra
- ✓ El consumidor se enfrenta a una góndola donde se exhiben productos y se encuentra en la alternativa "lo toma o lo deja", sin consulta ni asesoramiento alguno.
- ✓ En estos grandes centros de ventas, generalmente en muchos rubros hay falta de marcas líderes.
- ✓ El cliente debe hacer colas para pagar, perdiendo un tiempo valioso.

1.3.8 Variables del marketing

- ✓ El diseño del producto/servicio.
- ✓ La exhibición y sus mil variantes.
- ✓ El precio y sus alternativas.
- ✓ Utilizar folletería para llegar al cliente con promociones, premios, bonos.
- ✓ Muy buena presencia y alta imagen personal.

- ✓ Orden, prolijidad y organización en las funciones del personal.
- ✓ Mucha acción creativa en los puntos de venta. .
- ✓ Hay que consultar a los clientes sobre sus deseos y necesidades.
- ✓ Participación y organización habitual de eventos.

1.3.9 Características del servicio

Intangible: No se puede tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra.

Inseparable: Se fabrica y se consume al mismo tiempo.

Variable: Depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.

Perecedero: No se puede almacenar.

1.3.1.1 Atención al público

Toda persona que trabaja dentro de una empresa y toma contacto con el cliente, la misma aparece identificada como si fuera la organización misma.

Estadísticamente está comprobado que los clientes compran buen servicio y buena atención sobre calidad y precio.

Los siguientes aspectos que hacen a la atención al público son:

- a. Cortesía:** Se pierden muchos clientes si el personal que los atiende es descortés. El cliente desea siempre ser bien recibido, sentirse importante y que perciba, que uno le es útil.
- b. Atención rápida:** A nadie le agrada esperar o sentir que se lo ignora. Si llega un cliente y está ocupado, dirigirse a él en forma respetoso y decirle: Estaré con usted en un momento.
- c. Confiabilidad:** El cliente quiere que su experiencia de compra sea lo menos riesgoso posible. Espera encontrar lo que busca o que alguien responda a sus

- d. preguntas. También espera que si se les ha prometido algo, esto se cumpla
- e. **Atención personal:** Nos agrada y nos hace sentir importantes la atención personalizada. Nos disgusta sentir que somos un número. Una forma de personalizar el servicio es llamar al cliente por su nombre.
- f. **Personal bien informado:** El cliente espera recibir de los empleados encargados de brindar un servicio, una información completa y segura con respecto a las utilidades que se recibe.
- g. **Simpatía:** El trato comercial con el cliente no debe ser frío y distante, sino al contrario responder a sus necesidades con entusiasmo y cordialidad.

1.3.1.2 La comunicación efectiva

Cuando nos comunicamos con alguien no solamente emitimos un mensaje, si no también recibimos una respuesta y nuevamente comunicamos ante esa respuesta. Todo ello se realiza con palabras, gestos, pensamientos y sentimientos. La comunicación comprende el conjunto de actividades que se desarrolla con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa.

1.3.1.3 Tipos de comunicación:

Comunicación Verbal. Es la que se expresa mediante el uso de la voz.

Saludar al cliente con calidez. Esto se hará que el cliente se sienta bienvenido.

Ser precisos. No se debe utilizar frases como: Haré lo que más pueda. El cliente no debe entender que no podemos, si no que estamos listos para atender.

No omitir ningún detalle. Si existe cargo adicional hay que decir por anticipado.

Pensar antes de hablar. Cuando más sabe acerca del cliente, mejor lo vamos a atender. Pensar en lo que se va a decir antes de comenzar a hablar, nos dará la posibilidad de transmitir nuestro mensaje.

1.3.1.4 Comunicación no verbal

La comunicación es mucho más que las palabras que se utilizan en realidad, constituye un canal relativamente débil o menos impactante para dar y recibir mensajes. Utilizar la sonrisa, postura, vestimenta, gestos, que son ejemplos de la comunicación no verbal, para capitalizar la satisfacción del cliente.

1. El uso del teléfono

Una de las formas de tomar contacto con el cliente es mediante el uso del teléfono. Es muy importante la forma en que establece la comunicación y el tono de la conversación, antes de iniciar el tratamiento del tema, el diálogo con la persona que está del otro lado de la línea debe iniciar los siguientes pasos elementales:

- ✓ Saludar al interlocutor
- ✓ Dar el nombre de la empresa y cargo o departamento
- ✓ Decir nuestro nombre
- ✓ Ofrecer ayuda, en qué le podemos ayudar.

Antes de tomar el auricular, debe haber una disposición entusiasta de la persona que atiende. Luego se debe escuchar cuidadosamente para descubrir que es lo que desea nuestro interlocutor:

1. Hacer una pregunta o consulta.
2. Expresar una objeción
3. Hacer un planteo

La buena atención telefónica tiene una serie de requisitos que se debe cumplir para lograr los objetivos.

- ✓ Comprender todas las funciones del teléfono.
- ✓ Contestar el teléfono tan pronto sea posible.
- ✓ Mantener el micrófono del receptor alineado frente a la boca y hablar con claridad.
- ✓ Evitar los ruidos innecesarios.
- ✓ Mientras se habla por teléfono, no beber, no comer, ni masticar goma de mascar.
- ✓ No hablar con terceros mientras se está atendiendo una llamada.
- ✓ Se debe pedir consentimiento para hacer esperar al cliente.
- ✓ Hay que utilizar el botón de espera (HOLD) cuando hagamos esperar a un cliente.
- ✓ No dejar al cliente esperando mucho tiempo en la línea. Se irrita y fastidia. Se predispone mal.

2. La habilidad de escuchar

La parte esencial de la comunicación es saber escuchar. Va más allá de lo que nosotros oímos con nuestros oídos. Significa escuchar con la mente, hay que escuchar los hechos y los sentimientos, es necesario involucrarse activamente en la conversación.

Comprender de lo que está diciendo el cliente, con gestos y palabras, transmitir que comprende la situación y ofrecer las soluciones que está dentro del compromiso de venta. Mientras se atiende al cliente, no hay que distraerse.

Ni tampoco permitir que otros empleados, clientes o cosas que estén sucediendo dispersen nuestra atención. Eso muestra al cliente que "él" es importante y que ocupamos de su problema.

3. La habilidad de preguntar

En todo caso hay que escuchar lo que el cliente dice pero también lo que no dice. Muchas veces el clientes tiene dificultad para expresarse, nuestra responsabilidad es llegar al verdadero asunto. ¿De qué forma?, indagando. ¿Cómo?, formulando preguntas ABIERTASo generales o CERRADAS específicas.

Las preguntas ABIERTAS sirven para:

- ✓ Establecer necesidades
- ✓ Definir problemas
- ✓ Comprender pedidos
- ✓ Obtener más información

Se utilizan preguntas CERRADAS para:

- ✓ Clarificar lo que se ha dicho
- ✓ Hacer que el cliente preste su conformidad
- ✓ Resumir una conversación o confirmar un pedido

1.3.1.5 El trato con el cliente

- a. **El cliente discutidor:** Son agresivos por naturaleza y seguramente no estará de acuerdo o discute con cada cosa que dice, no caer en la trampa.

Algunos consejos que sirve de ayuda para tratar este tipo de clientes:

- ✓ Solicitarle su opinión.
- ✓ Hablar suavemente pero firme.
- ✓ Concentrar la conversación en los puntos en que se está de acuerdo.
- ✓ Contar hasta diez o más.

b. El cliente enojado: Cuando se trata con estos tipos de clientes no hay que negar su enojo y decirle, No hay motivo para enojarse. Esto lo enojará más

Algunas formas de manejar la situación son:

- ✓ Ver más allá del enojo
- ✓ No ponerse a la defensiva
- ✓ No involucrarse en las emociones
- ✓ No provocar situaciones más irritantes
- ✓ Calmar el enojo
- ✓ No hay que prometer lo que no se puede cumplir
- ✓ Analizar a fondo el problema
- ✓ Hay que ser solidario
- ✓ Negociar una solución

c. El cliente conversador: Es la persona que puede ocupar mucho de nuestro tiempo. Además de entrar a obtener algo, nos cuenta la historia de su vida, se debe demostrar interés y tener un poco de paciencia, ya que el motivo real de su comportamiento es que se encuentra sola.

d. El cliente ofensivo: El primer pensamiento que cruza al tratar con individuos ofensivos es volver irónico o poner en un sendero. NO LO HAGA. Lo mejor ser amables, excepcionalmente amables. Esto los descoloca y hace bajar el nivel de confrontación.

e. Cliente infeliz: Es la persona que entra a un negocio y hace esta afirmación: Estoy seguro que no tiene lo que yo busco. Esta persona no necesariamente tiene un problema con nosotros o con la empresa, su conflicto es con la vida en general.

No hay que intentar cambiar, se debe procurar de mejorar la situación, mostrando amabilidad y comprensión, tratando de colaborar y satisfacer lo que está buscando.

- f. El que siempre se queja:** No hay nada que le guste. El servicio es malo, los precios son caros. Hay que asumir que es parte de su personalidad. Se debe intentar separar las quejas falsas. Dejarlo hablar y una vez que se desahogue encarrilar la solución teniendo en cuenta el tema principal.

- g. El cliente exigente:** El que interrumpe y pide atención inmediata. Esta reacción nace de individuo que se siente inseguro y de esta forma creen tener más control. Hay que tratarlo con respeto, pero no acceder a su demanda

- h. El cliente coqueteador:** Se debe mantener una actitud pasiva, de tipo profesional en todo momento. Ayudar a encontrar lo que busca y así se va lo más rápido posible.

- i. El que no habla y el indeciso:** Hay que tener paciencia, ayudarlo, no hacerle pregunta donde su respuesta tiene que ser muy elaborada. Sugerir alternativas y colaborar en la decisión.

1.3.1.6 La excelencia

Con la calidad de atención se crea nuevos clientes que se mantendrá la lealtad con los propios, cuya aplicación debe superar las expectativas pautas, logrando sorprender al cliente por darle más de lo que se espera, logrando así a la excelencia.

1.4 MANUAL

1.4.1 Concepto

REYES, Ponce (1995,Pág.238); considera que: “Es un manual donde se implanta la información de manera fácil de manejar manuablemente en donde se concentra sistemáticamente la serie de elementos administrativos para un fin concreto y orientar los pasos que tiene el manual para el desarrollo de la empresa.”

Es importante contar con un manual en la empresa porque nos ayuda a recopilar varios pasos a seguir que sustentan a la entidad facilitando así el trabajo de las personas, en la cual nos permite agilizar el servicio a los clientes.

1.4.2 Estructura del Manual

Manual es la descripción de los pasos que debe seguir en orden jerárquico de las unidades administrativas descritas a cada dependencia de la entidad o las partes administrativas. Es conveniente codificar de tal forma que sea posible visualizar gráficamente los niveles de jerarquía y las relaciones de dependencia

Un manual tiene la siguiente estructura:

- a. **Portada.** Es la página de un libro en la que van escritos el título y los nombres del autor y el editor.
- b. **Índice.** Es la estructura de datos que mejora la velocidad de las operaciones, permitiendo un rápido acceso a los registros de una tabla en una base de datos sencilla.
- c. **Antecedentes.** Todo tiene un comienzo y un antecedente que en muchas ocasiones se desconoce, pero que resulta importante conocer, de esta manera

se comprende mejor los sucesos del presente, y nos permite afrontar con un poco de seguridad los acontecimientos del futuro.

- d. Marco Normativo.** Conjunto general de normas, criterios, metodologías, lineamientos y sistemas, que establece la forma en que debe desarrollar las acciones para alcanzar los objetivos propuestos en el proceso de ordenamiento.

- e. Objetivos de la empresa.** Es crecer, esto en cuestión de infraestructura, producción y cualquier otro punto que tenga que ver con crecimiento empresarial; esto se logra a través de las ventas del producto, es una relación netamente directa, a mayor número de ventas, mayor crecimiento.

- f. Organigrama.** Es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Representa las estructuras departamentales y en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competencia de vigor en la organización.

- g. Descripción de puesto por áreas.** Es un proceso que consiste en enumerar las tareas o atribuciones que conforma un cargo que lo diferencia de los demás cargos que existen en la empresa.

1.4.3 El manual es el medio de comunicación

Para elaborar un manual se considera como una función de mantener informado al personal, es la clave de los deseos y cambios en las actitudes de la dirección superior, al delinear la estructura organizacional y poner las políticas y procedimientos en forma escrita y permanente. Un manual correctamente redactado es un valioso instrumento administrativo para la empresa.

Un manual representa un medio de comunicación de las decisiones administrativas y por ello, tiene como propósito señalar en forma sistemática la información administrativa.

1.4.4 Objetivo del manual

De acuerdo a la clasificación y grado de detalle, el manual permite cumplir con los siguientes objetivos:

- ✓ Instruir a la persona, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas.
- ✓ Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para distinguir responsabilidades, falsedad y descuido.
- ✓ Cooperar en la ejecución correcta de las labores asignadas al personal, y propiciar la uniformidad en el trabajo.
- ✓ Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.
- ✓ Proporcionar información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.
- ✓ Nos permite conocer el funcionamiento interno por lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución.
- ✓ Apoyar la inducción de puesto para la formación y capacitación del personal que describe en forma detallada las actividades de cada puesto.
- ✓ Nos permite el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.

1.4.5 Establecer sistema de información

Para uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo.

Tenemos los siguientes pasos:

- ✓ Determinar en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores.
- ✓ Facilitar las labores de auditoría, evaluación del control interno y su evaluación.
- ✓ Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
- ✓ Ayudar a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.
- ✓ Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos.

1.4.6 Ventajas y Desventajas del manual

El manual ofrece una serie de posibilidades que nos refleja la importancia.

a. Ventajas

Un manual tiene las siguientes ventajas:

- ✓ Lograr y mantener un sólido plan de organización.
- ✓ Facilita el estudio de los problemas de organización.
- ✓ Sirve como una guía eficaz para la preparación, clasificación y compensación del personal clave.
- ✓ Determinar la responsabilidad de cada puesto y su relación con los demás de la organización.
- ✓ Evitar conflictos internos y la aplicación de funciones.

- ✓ Tener una fuente permanente de información sobre el trabajo a ejecutar.
- ✓ Ayudar a institucionalizar y hacer efectivo los objetivos, las políticas, los procedimientos, las funciones, las normas.

b. Desventajas

Los inconvenientes que presenta el manual se encuentra en las siguientes etapas:

- ✓ En varias entidades considera que son demasiado pequeñas para necesitar un manual que describa asuntos que son conocidos por todos sus integrantes.
- ✓ Algunos considera que es demasiado caro, limitativo y laborioso preparar un manual y conservarlo al día.
- ✓ Existe el temor de que pueda conducir a un estricto reglamenta y rigidez.
- ✓ La deficiente elaboración provoca serios inconvenientes en el desarrollo de las operaciones.
- ✓ El costo de producción y actualización puede ser alto.
- ✓ Si no se actualiza periódicamente, pierde la efectividad.

1.4.7 Clasificación del Manual

Nos permite ejecutar en las diferentes entidades como es (públicos o privados), tiene la necesidad de realizar un manual diferente. El tipo de manual se determina dando respuesta al propósito para alcanzar al éxito. En cierto caso, solo sirve a un objetivo y en otro, se logra varios objetivos.

1.4.8 Por su contenido

Para representar el contenido del manual para cubrir una variedad de materia, tenemos los siguientes:

1. **Manual de Historia:** El propósito es proporcionar información histórica sobre la institución: sus comienzos, crecimiento, logros, administración y posición actual.
2. **Manual de organización:** Su propósito es exponer en forma detallada la estructura organizacional formal a través de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos, y las relaciones.
3. **Manual de políticas:** Consiste en una descripción detallada de los lineamientos seguidos en la toma de decisiones para el logro de los objetivos. Dar a conocer una organización que proporciona en el marco principal sobre el cual se basan todas las acciones.
4. **Manual de procedimientos:** El manual es la guía (como hacer las cosas) de trabajo para el personal y es muy valioso para orientar al personal nuevo que ingreso. La implementación del manual sirve para aumentar la certeza de que el personal utiliza los sistemas y procedimientos administrativos prescritos al realizar su trabajo.
5. **Manual de contenido múltiple:** Es una actividades personal o simplicidad de la estructura organizacional de la institución, no justifica la elaboración y utilización de distintos manuales, es conveniente la elaboración de este tipo de manual, consiste en combinar dos o más cualidades que se interrelaciona en la práctica administrativa que es importante para la empresa.

1.4.9 Características del manual

El manual tiene las siguientes características:

- ✓ Satisfacer las necesidades reales de la empresa.
- ✓ Contar con instrucciones apropiadas de uso, manejo y conservación.
- ✓ Facilitar la localización de las orientaciones y disposiciones específicas, mediante una diagramación que corresponda a su verdadera necesidad.
- ✓ Hacer uso racional y adecuado, por parte de los destinatarios.
- ✓ Tener un proceso continuo de revisión y actualización.
- ✓ Facilitar, a través del diseño, su uso, conservación y actualización.
- ✓ Estar debidamente formalizado por la instancia correspondiente de la empresa.

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

2.1 CARACTERIZACIÓN DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “CHIBULEO LTDA”

La Cooperativa Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda.” es una institución que está conformado por los empleados y los socios que está ubicado en la ciudad de Latacunga, es una entidad que brinda servicios de préstamos para; Micro empresarios, Ganadería, Comercio, Depósitos a plazo fijo, Crédito hipotecario entre otros con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

Reseña histórica

La entidad fue fundado por el Sr. Ángel Rodrigo Llambo Chalán, fue registrada bajo el acuerdo ministerial N° 003 el 17 de Enero del 2003, y ocupa hoy en día un importante espacio dentro del campo financiero de nuestra provincia y centro del país. Para Rodrigo Llambo, gerente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo, comparte la experiencia de forjar una de las instituciones financieras más sólidas del centro del país.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Es una institución formada por jóvenes Indígenas de la comunidad de Chibuleo cuya principal actividad es la de intermediación monetaria, el ahorro y crédito, que se fundó para satisfacer múltiples necesidades de la población marginado que antes no tenía acceso al sistema financiero y salvaguardar los recursos de los depositantes.

Desde entonces y hasta ahora la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda” ha crecido inimaginablemente y ya cuenta con siete oficinas, alrededor de 5.000 socios y brinda trabajo directo a por lo menos 78 personas. De la misma forma tiene una cartera de crédito de diez millones de dólares y activos que superan los 12.000 dólares.

Rodrigo Llambo gerente de la institución, ante la situación por la que atraviesa el país y el mundo entero, es necesario que todas las empresas creen alianzas estratégicas que les permitan reducir los costos de sus servicios. De esa forma la institución financiera ya trabaja con empresas como la Municipal de Agua Potable, el Municipio de Latacunga, Empresa Eléctrica de Latacunga y Pago de teléfono.

2.1.2 Objetivos

- ✓ Ejecutar procesos de participación del sector juvenil para la inserción laboral
- ✓ Fortalecer diferentes actividades a través de créditos oportunos
- ✓ Capacitar a los socios en temas como; valor, creación de microempresa y otros.

2.1.3 Visión

Para el año 2013 liderar el sector financiero a través de microcrédito, con protagonismo en el mercado local y regional, con un equipo de trabajo joven y preparado. Ser reconocidos y convertirnos en un modelo de administración eficiente del sector indígena. Mediante la innovación y especialización en microcrédito enfocados al apoyo de los más necesitados.

2.1.3.1 Misión

Somos una entidad financiera de apoyo social a las microfinanzas mediante la innovación de sistemas y procesos de calidad. Brindar diversidad de productos y servicios de calidad para satisfacer necesidades de los socios, a través de un equipo joven y preparado comprometido con el cambio.

2.1.4 Valores Corporativos

- ✓ Honradez
- ✓ Compromiso
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Respeto
- ✓ Humildad
- ✓ Liderazgo
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Innovación y mejoramiento continuo
- ✓ Comunicación efectiva
- ✓ Voluntad de trabajo

2.1.5 Planes

La Cooperativa observando la comodidad del cliente para que realice envíos y retiros internacionales por Money Gran y Ecuador Transf para diferentes países como:

- ✓ Europa
- ✓ Alemania
- ✓ Colombia
- ✓ Perú
- ✓ Estados Unidos

Buscando la atracción de nuevos socios para la cooperativa y ayudando con la seguridad del dinero para que pueda cobrar desde la oficina. En donde constan datos necesarios de la persona que envía y recibe así como también de la cantidad de dinero y del origen del país de donde envía su destino.

2.1.6 Políticas

Trabajoen confianza para satisfacer las necesidades y expectativas para lo cual:

- ✓ Tenemos reglas claras
- ✓ Mejorar día a día nuestros servicios.
- ✓ Se cuenta con personal calificado
- ✓ Se ofrece tasa de intereses competitivos
- ✓ Trabajo bajo las Normas ISO 9001-2000
- ✓ Realiza capacitación semestral al personal.
- ✓ Realiza una buena selección del personal en cuanto a sus destrezas y habilidades.

2.1.7 Estrategias

Tenemos los siguientes pasos que son:

- ✓ Encaminar los préstamos directamente a los sectores menores favorecidos de la sociedad, sector rural, campesinos e indígenas.
- ✓ Contribuir con el progreso de nuestros socios a través de la emisión de préstamos oportunos y con costos razonables.
- ✓ Promover e incentivar la actividad artesanal, el comercio formal e informal, mediante la entrega de productos financieros diseñados específicamente para el pequeño y micro empresario.
- ✓ Apertura de sucursales en provincias aledañas.

2.1.8 Programas

Nuestra institución posee el sistema informático para la ejecución de sus actividades denominado Sistema Financiero Chibuleo (S.F.C). Adicionalmente para la otorgación de créditos se utiliza Crèdi Report para saber quién determina si el cliente cumple con todas las condiciones para la aprobación de un crédito. El S.F.C se ocupa en todos los departamentos ya que son de gran utilidad para la realización de todas las actividades.

Ventajas

- ✓ El sistema es controlado por la Superintendencia de Bancos

- ✓ Crea datos necesarios en la apertura de cuentas
- ✓ Posee un control del movimiento de caja, créditos
- ✓ Facilita reportes diarios para realizar balances
- ✓ Mantiene un control de clientes
- ✓ Ingresa datos necesarios para la otorgación de créditos
- ✓ Determina el nivel de morosidad a nivel de la cooperativa
- ✓ Calcula la tasas de interés a pagar por el crédito
- ✓ Determina la tasa de interés a cobrar cada cliente por las inversiones a plazo fijo.

Desventajas

- ✓ Falta la localización al grupo que fue adquirido al Sistema Financiero Chibuleo para determinar del error
- ✓ Colapso del sistema en ocasiones
- ✓ Falta de capacitación al personal para la ejecución del sistema
- ✓ Ineficiencia por parte del personal administrativo
- ✓ Falta de veracidad en la utilización de la misma

2.1.9 Manejo de Recursos

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “chibuleo Ltda”. Ofrece a los socios, cuatro tipos de créditos.

1. Microcrédito
2. Consumo
3. Comercial
4. Rural Corporativo

Análisis de los servicios que presta la institución

Tres años y medio de experiencia sirviendo a la sociedad en el campo de créditos en diferentes sectores y áreas de la provincia, pone en consideración los diferentes

tipos de servicios que brinda en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal - Latacunga los mismos que se detallan a continuación.

- ✓ Servicio odontológico
- ✓ Envíos internacionales
- ✓ Cuentas de ahorro a la vista
- ✓ Cuenta ahorro fácil
- ✓ Inversión a plazo fijo
- ✓ Créditos
- ✓ Pago del bono de desarrollo humano
- ✓ Becas estudiantiles
- ✓ Seguro de vida
- ✓ Cobro de servicios básicos
- ✓ Financiamiento de computadoras

GRAFICO N° 2.1: SERVICIOS QUE PRESTA LA INSTITUCIÓN



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

2.2 Análisis F.O.D.A

Abordar este punto es importante puesto que es la columna vertebral para ensamblar el plan, visualizar las estrategias y poner en práctica los planes operativos. De esta forma iniciamos el desarrollo enunciado de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

FORTALEZAS

- ✓ Poseer una ubicación estratégicas en el sector
- ✓ Ser una institución financiera sin antecedentes negativos
- ✓ Poseer suficiente capital para entender los requerimiento de los socios
- ✓ Tener una gama amplia de servicios financieros para sus asociados
- ✓ Demostrar un crecimiento institucional sostenido y sustentable
- ✓ Mantener una imagen unificada y respaldada

OPORTUNIDADES

- ✓ Amplio mercado objetivo
- ✓ Crecimiento del sector microempresarial.
- ✓ Nuevos productos y servicios.
- ✓ Mejora de servicio al cliente con los cajeros automáticos

DEBILIDADES

- ✓ Poca capacitación para empleados y directivos
- ✓ No tener un local propio y amplio
- ✓ No crear negocios en la web
- ✓ Tasas de interés altas(activos y pasivos)
- ✓ Falta de consenso en la toma de decisiones

AMENAZAS

- ✓ Alta competencia con otras instituciones
- ✓ Facilidades que otorgan otras instituciones en servicios y en micro créditos

- ✓ Inestabilidad política y económica del país
- ✓ Regulaciones del Estado sobre las tasas de interés y comisiones

2.2.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

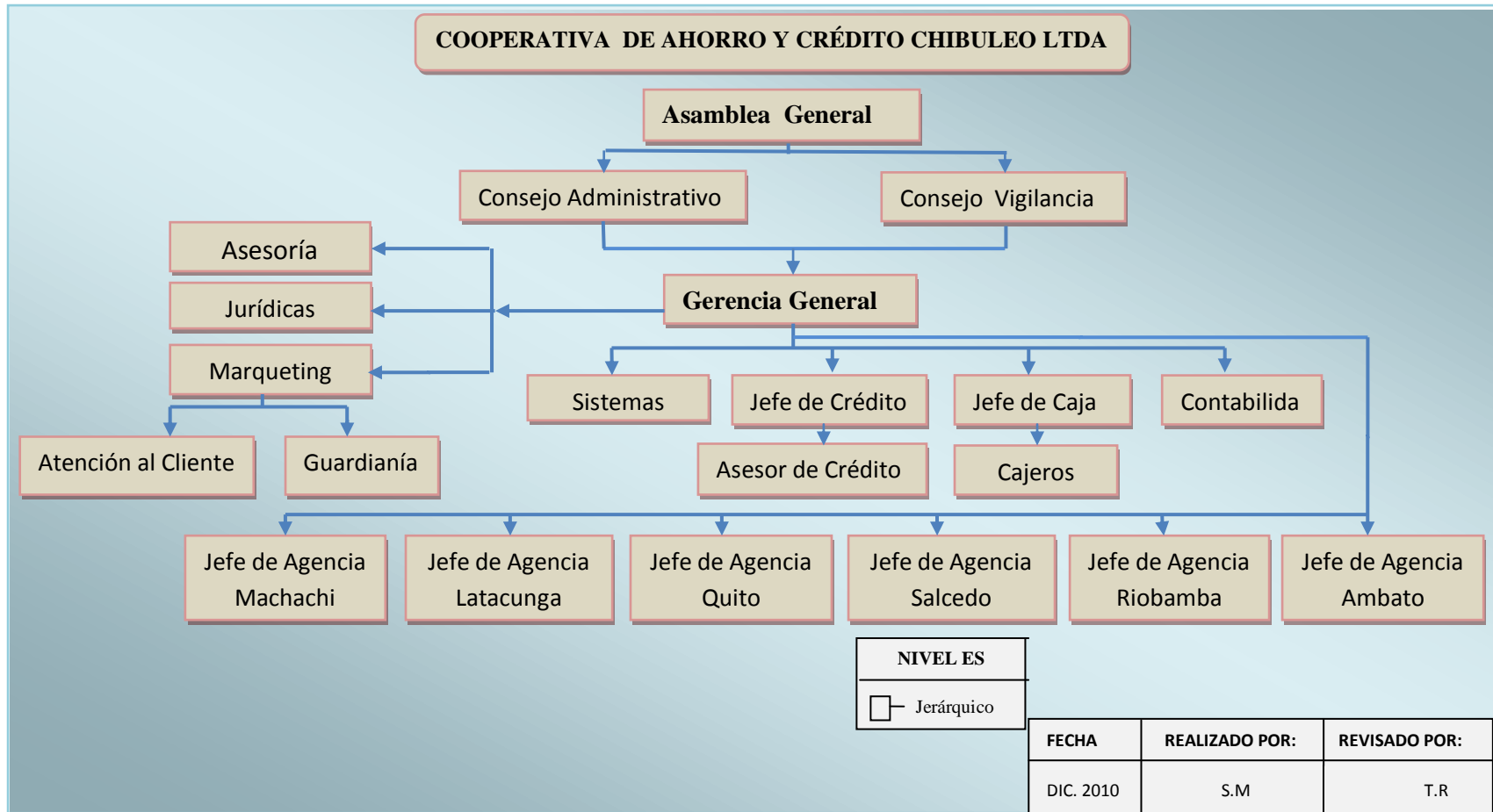
Está compuesto de individuos o grupos, con vistas a conseguir ciertos fines y objetivos, por medio de funciones diferenciadas que se procura que estén racionalmente coordinadas y dirigidas, todo ello con un manifiesto interés de mantener una continuidad en el tiempo.

El organigrama estructural representa una de las funciones claves para el proceso administrativo, es así que con la optimización de estos recursos se puede alcanzar las metas y objetivos propuestos en una planificación, con eficacia y eficiencia.

Organigrama estructural del recurso humano define un tipo de cultura corporativa, ya que el número de niveles en la empresa hace que los procesos sean rápidos o burocráticos

Organizacional estructural de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda Sucursal – Latacunga, presenta las siguientes agencias Ambato, Riobamba, Salcedo, Quito, Latacunga, Machachi.

2.2.2 GRÁFICO N° 2.2: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



2.2.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda.” Sucursal – Latacunga se encuentra ubicado en la ciudad de Latacunga Provincia de Cotopaxi en la Avenida Amazonas y Guayaquil, con el objetivo de brindar los servicios a todos los clientes en: Micro Créditos, Agricultura, Ganadería, Vivienda, Hipotecarios De consumo, Comercial, Rural Corporativo.

Es importante contar con el croquis de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal – Latacunga, es una guía primordial que debe contar la institución en la cual permite tener información, del lugar en que reside la ubicación de la cooperativa, por ende facilitar al cliente la llegada a la institución.

2.2.3 GRÁFICO N° 2.3: LOCALIZACIÓN



FUENTE: Zonificación de la Latacunga
REALIZADO POR: Investigadora

2.3 METODOLOGÍA EMPLEADA

Tipo de Investigación

Investigación Descriptiva

Esta investigación se realizó a través de un estudio detenido, ya que se recopiló la suficiente información con el fin de crear una base cimentada en teorías y conceptos utilizando básicamente la investigación descriptiva, delineando características comunes, causas y efectos para la implementación de un Manual de atención al cliente para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal – Latacunga de la provincia de Cotopaxi; con el fin de dar a conocer a los administradores de la entidad de como se está llevando a cabo el proceso, con el propósito de proporcionar información clara y concreta ante el personal de la institución y clientes.

La investigación que se presentó fue de diseño **NO EXPERIMENTAL** por lo que no se manipularon las variables en la investigación por cuanto la variable independiente se observó lo que se ha desarrollado en cuanto a la atención al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal – Latacunga, lo que se propondrá en este manual es la verificación de todo lo que se dio en todo el contexto.

Método de Investigación

Método Inductivo

La presente investigación se realizó desde la situación específica de cada departamento, lo que servirá para el desarrollo del Manual de Atención al Cliente, para dar un buen servicio a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda.” Sucursal – Latacunga.

Método Deductivo

Parte desde las conclusiones generales explicando un marco teórico general y se va explicar una realidad concreta con el desarrollo del Manual de Atención al Cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal - Latacunga ya que con este trabajo se espera una información y comunicación adecuada y eficaz

Método Analítico Sintético

Se utilizo estos métodos, analítico para explicar el fenómeno iniciado en este estudio por partes específicos que lo identifica, y a partir de estos fenómenos para llegar a una explicación total del problema poniendo en el lugar el método sintético, y poniendo a explicar todos los objetivos, para tratar de resolver el problema en cuanto al análisis e interpretación de los resultados; es decir, se lo aplicara en el tercer capítulo de la tesis, una vez que se analice los resultados de las encuestas realizadas

Entrevista con este método se ha comprobado cómo está administrado la institución por ende hacer conocer la distribución personal interno como externo.

Encuesta esta técnica ha permitido conocer el grado de inconformidad que tiene los socios, en lo que se refiere a la atención al cliente.

Con respecto a la **observación** se ha podido apreciar que en el área de secretaría, no existe una atención al cliente, por ende dificulta dar la información a los usuarios.

2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

La investigadora determina que la investigación se realizara al Gerente Regional a través de una entrevista, y a todo el personal administrativo que labora en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal - Latacunga que

cuenta con 10 empleados administrativos se aplicara una encuesta, consecutivamente una diferente a los 200 socios de la misma institución de los cuales la investigación se enfoca al siguiente personal y a los socios.

Cuadro distributivo del personal administrativo y socios activos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal - Latacunga

TABLA N° 2.1 DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL Y SOCIOS

UNIVERSO DE ESTUDIO	POBLACIÓN
Jefe de crédito	1
Asesores de crédito	2
Cajera	1
Contadora	1
Inspeccionistas de crédito	2
Secretaria	1
Bodeguero	1
Guardia	1
Socios Activos	200
TOTAL POBLACIÓN ENCUESTADA	210

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

Muestra

Para la aplicación de la muestra vamos a tomar en cuenta al universo de la investigación que está conformada de los empleados administrativos conjuntamente con los socios, los dos son importante porque nos ayuda a obtener la muestra el mismo nos dará a conocer si la cooperativa se encuentra acorde a las necesidades de la población, a su vez ayudara a determinar la eficiencia eficacia del desempeño del personal.

**2.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA REALIZADO
AL GERENTE DE LA COOPERATIVA “CHIBULEO LTDA”
SUCURSAL - LATACUNGA**

Información obtenida de las entrevistas aplicada al gerente regional de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda.”

Encuesta dirigida al Gerente Regional

Econ. Juan José Tiche Andagana

**GERENTE REGIONAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y
CRÉDITO “CHIBULEO LTDA.”SUCURSAL-LATACUNGA**

Objetivo

Obtener información adecuada y oportuna del gerente en cuanto al servicio al cliente en la institución.

1. ¿Usted como gerente de la cooperativa cree que es importante implementar un manual de atención al cliente?

El entrevistado al respecto indico lo siguiente:

- ✓ Para la institución si es importante tener un diseño de un manual de atención al cliente que nos sirve como guía para desarrollar todas las actividades dentro de la institución para lo cual contaríamos la información de primera.
- ✓ El manual brindará ventaja y desventajas de la institución de cómo esta a manipulando los procedimientos de los clientes.
- ✓ Se verá el orden de los empleados en cada actividad que van desarrollando para no tener dificultades en su puesto de trabajo.

- ✓ Nos sirve para que día tras día mejoremos el servicio a los clientes y no tener problemas más adelante.

2. ¿Cree usted que mediante un diseño de un manual se dará un mejor servicio a los clientes?

El entrevistado al respecto indico lo siguiente:

- ✓ Claro que si, por que son pautas importante para realizar el trabajo bien organizado dentro de la cooperativa.
- ✓ Porque mediante este manual nos satisfacer las necesidades que la institución y los clientes necesita, para lo cual nos ayudara a mejorar el servicio de la institución.
- ✓ Se tendrá en cada departamento la información adecuada para que los clientes reciba un servicio de primera y sin complicaciones.
- ✓ Por medio de estos pasos se aplicara en la institución para tener una comunicación idónea con los clientes, porque ellos son muy importante dentro de la cooperativa.

3. ¿El personal que trabaja en la Cooperativa son capacitados para dar un buen servicio al cliente?

El entrevistado al respecto indico lo siguiente:

- ✓ El personal de la cooperativa si son capacitados en diferentes cursos como puede ser en finanzas y atención al cliente entre otros.
- ✓ La forma en que desempeñamos nuestras tareas laborales son personas que tiene conocimientos en las áreas designadas para lo cual son personas aptas para dar un buen servicio a los clientes internos y externos.

- ✓ La orientación que le damos a nuestro trabajo, es la eficiencia con que aprovechamos las oportunidades para proyectar nuestro crecimiento, que depende principalmente de nuestra auto percepción de quien somos y quien queremos ser en el futuro.
- ✓ En relación a nuestro trabajo representa un procedimiento extraordinario para retar y medir como vamos realizando nuestros objetivos de la institución.

ANÁLISIS:

Para la cooperativa es importante realizar un diseño de un manual para realizar todas las actividades que se encuentra en cada departamento, para tener una información apropiada y dar un buen servicio a los clientes, mediante este manual seguiremos los pasos que se requiere para la institución, esta nos servirá como debemos organizar nuestras actividades y como guiar, dar una buena información para el desarrollo de la institución, para tener objetivos dentro de la cooperativa es importante contar con los empleados porque ellos son quienes dan información acerca de la entidad, ya que ellos están capacitados para desenvolver en cualquier área de la institución para dar una buena comunicación al clientes.

2.6 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “CHIBULEO LTDA.” SUCURSAL – LATACUNGA

La presente técnica se aplicará al personal de la institución para lo cual se ha diseñado las preguntas.

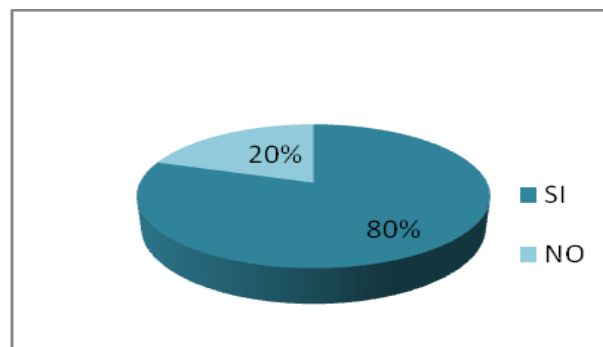
PREGUNTA N° 1 ¿Para la institución es importante implementar un manual de atención al cliente?

TABLA N° 2.1: IMPLANTAR UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	8	80 %
NO	2	20 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

GRAFICO N° 2.4: IMPLANTAR UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 80% de los encuestados está de acuerdo con la implementación del manual de atención al cliente porque los empleados consideran que es un soporte importante para dar un buen servicio y el 20% no están de acuerdo, pero si siente la necesidad de crear un manual de atención al cliente para dar una información rápida y ágil ya que es de gran utilidad para la entidad.

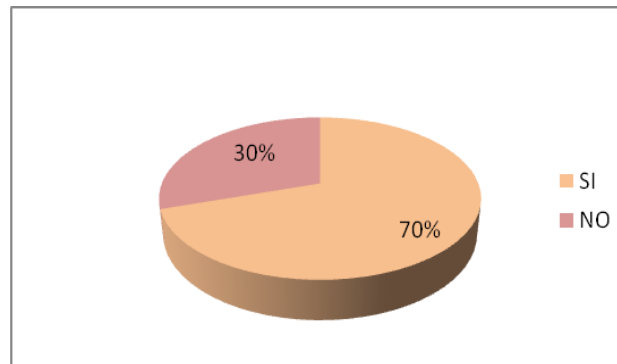
PREGUNTA N° 2 ¿Cree que mediante un manual de atención al cliente modernizara la imagen de la institución?

TABLA N° 2.2: MODERNIZAR LA IMAGEN DE LA INSTITUCIÓN

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	7	70 %
NO	3	30 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.5: MODERNIZAR LA IMAGEN DE LA INSTITUCIÓN



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al encuestar a los empleados de la cooperativa el 70%, que es necesario diseñar un manual de atención al cliente, y el 30% dice que no es necesario tener un manual para realizar la actividades, por lo que hace falta tener una información actualizada y bien organizada del manual de atención al cliente, mediante este proceso se obtendrá más socios y mejor servicio para quienes lo necesite.

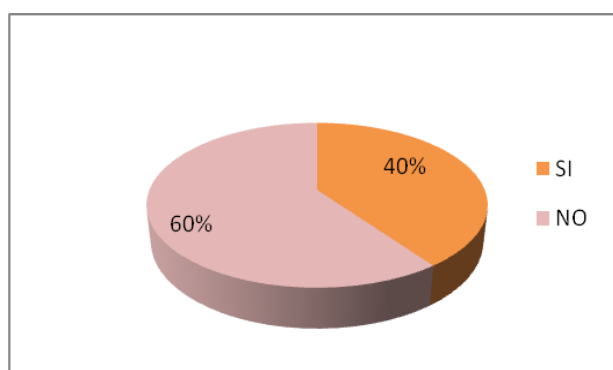
PREGUNTA N° 3 ¿Han recibido comentarios buenos acerca del servicio que presta la institución.?

TABLA N° 2.3: COMENTARIOS DEL SERVICIO QUE PRESTA LA INSTITUCIÓN

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	4	40 %
NO	6	60 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.6: COMENTARIOS DEL SERVICIO QUE PRESTA LA INSTITUCIÓN



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la encuesta realizada al personal de la cooperativa el 40%, si a recibidos comentarios del servicio que presta la institución, pero el 60% no ha recibido por lo que siempre se ha mantenido un buen servicio, ya que los clientes se sienten conforme en su totalidad con el servicio que brinda la cooperativa

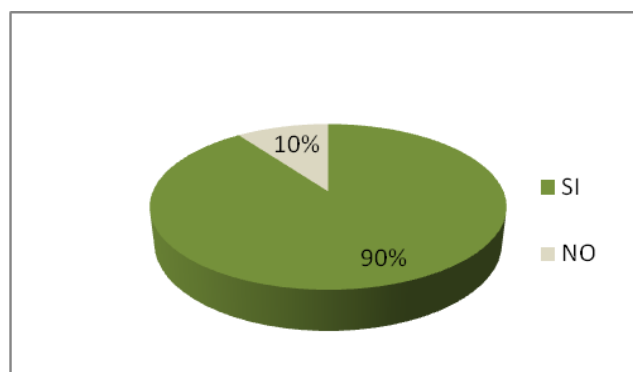
PREGUNTA N° 4 ¿Tiene espacio suficiente en las oficinas para dar una buena atención a los clientes?

TABLA N° 2.4: POSEE ESPACIO SUFICIENTE EN LAS OFICINAS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	9	90 %
NO	1	10 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

GRAFÍCO N° 2.7: POSEE ESPACIO SUFICIENTE EN LAS OFICINAS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los empleados encuestados el 90%, si cuenta con oficinas adecuadas para el cliente, el 10% dice que no tiene espacio suficiente, por lo que es importante implementar el espacio del departamento para brindar un servicio de calidad y por ende el desarrollo de la institución.

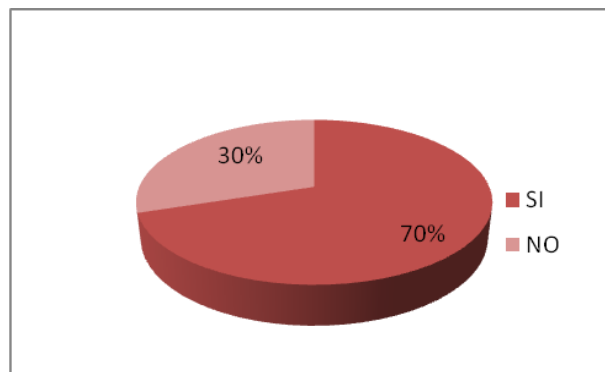
PREGUNTA N° 5 ¿Considera usted que es necesario capacitar a los empleados para que den buen servicio a los clientes?

TABLA N° 2.5: CAPACITAR A LOS EMPLEADOS PARA DAR UN BUEN SERVICIO

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	7	70 %
NO	3	30 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.8: CAPACITAR A LOS EMPLEADOS PARA DAR UN BUEN SERVICIO



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Las respuestas obtenidas por el personal manifiesta que el 70%, es importante tener capacitación para todo el personal con el propósito de dar un servicio ágil y eficaz, y el 30% no hace falta capacitar, por lo que es importante tener conocimientos e ideas a cerca del servicio, para de esta manera brindar un buen trato a los clientes.

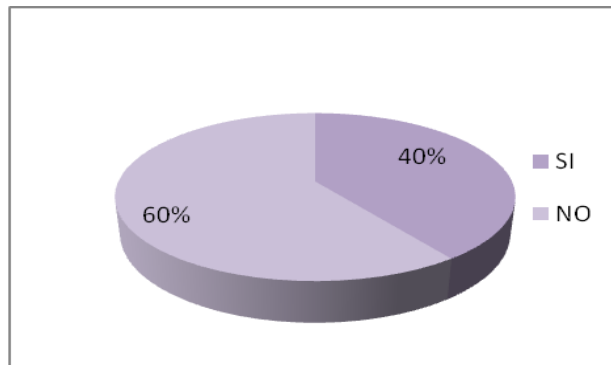
PREGUNTA N° 6 ¿Cree usted la información que da a los socios es la adecuada?

TABLA N° 2.6: FALTA DE INFORMACIÓN ADECUADA PARA LOS SOCIOS

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	4	40 %
NO	6	60 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.9: FALTA DE INFORMACIÓN ADECUADA PARA LOS SOCIOS



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al realizar la encuesta al personal el 40%, dice que si tiene una buena relación con los clientes, pero el 60% que no ha recibido información correcta del personal en la cual el cliente se siente insatisfecho por el servicio prestado, el objetivo principal es satisfacer las necesidades del usuario.

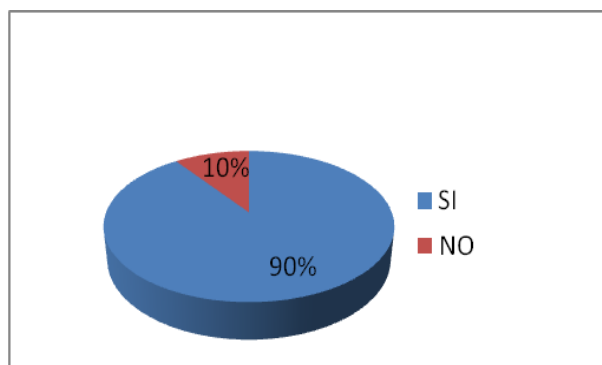
PREGUNTA N° 7 ¿Considera usted que mediante un manual de atención al cliente en el departamento de Secretaria, permitirá mejorar el servicio de la institución?

TABLA N° 2.7: EL MANUAL EN SECRETARIA PERMITIRÁ MEJORAR EL SERVICIO

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	9	90 %
NO	1	10 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRAFÍCO N° 2.10: EL MANUAL EN SECRETARIA PERMITIRÁ MEJORAR EL SERVICIO



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 90% de los encuestados exponen que el manual de atención al cliente en el departamento de secretaria permitirá mejorar el progreso de la institución, el 10% no es indispensable tener el manual en el departamento por que se ha planteado los pasos para guiar a la institución, por lo que es importante contar con el manual en el departamento de secretaria en la cual se accederá el servicio y el ordenamiento de la entidad

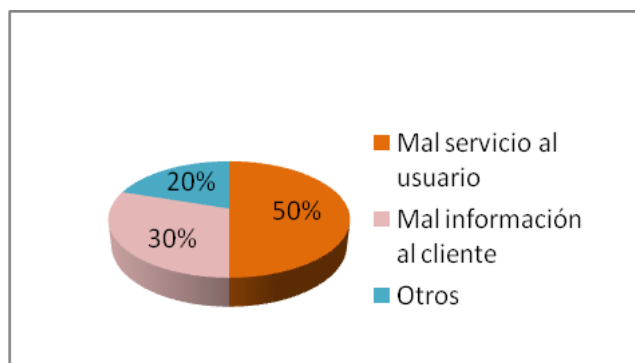
PREGUNTA N° 8 ¿En caso de no existir un Manual de Atención al Cliente en la institución que problemas puede ocasionar?

TABLA N° 2.8: AL NO EXISTIR EL MANUAL QUE PROBLEMAS PUEDE OCASIONAR

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE(%)
Mal servicio al usuario	5	50 %
Mal información al cliente	3	30 %
Otros	2	20 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.11: AL NO EXISTIR EL MANUAL QUE PROBLEMAS PUEDE OCASIONAR



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al encuestar a los empleados dicen que el 50% afirma que en caso de no existir el manual en la institución se evidenciaría un mal servicio al usuario y pérdida de clientes, el 30% manifiesta que provocaría desventajas a los clientes y estos inconvenientes causarían molestias a los socios, el 20% hay otros motivos que puede ocasionar pérdida de clientes en la institución, por lo que es importante que exista un Manual de Atención al Cliente para dar un buen servicio a los clientes, lo cual mejorara el desempeño de las funciones.

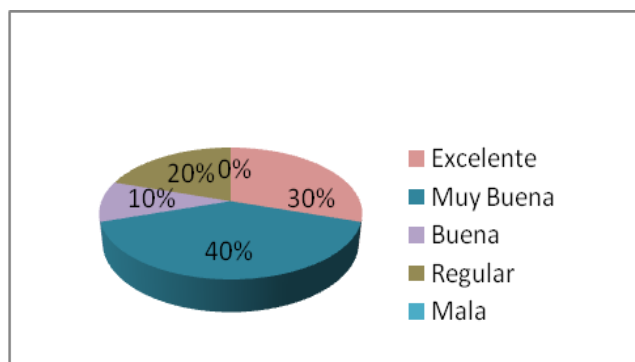
PREGUNTA N° 9 ¿De acuerdo a su percepción como califica la imagen de la institución ante la comunidad ?

TABLA N° 2.9: COMO CALIFICA LA IMAGEN DE LA INSTITUCIÓN ANTE LA COMUNIDAD

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Excelente	3	40 %
Muy Buena	4	50 %
Buena	1	10 %
Regular	2	0 %
Mala	0	0 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.12: COMO CALIFICA LA IMAGEN DE LA INSTITUCIÓN ANTE LA COMUNIDAD



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Sobre la calificación de la institución ante la comunidad el 40% de los encuestados manifiesta que es excelente, el 50% de los encuestados consideran que es muy buena, el 10% es buena, cabe indicar que estos resultados constan con lo evidenciado durante el proceso de investigación, ya que esta dependencia necesita tener una buena distribución de servicio.

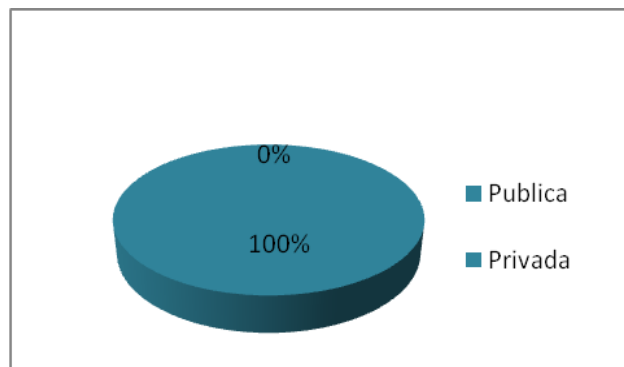
PREGUNTA N° 10 En la cooperativa que usted trabaja es:

TABLA N° 2.10: LA COOPERATIVA EN QUE TRABAJA

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Pública	0	0 %
Privada	10	100 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.13: LA COOPERATIVA EN QUE TRABAJA



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al consultar al personal el 100% dice que donde trabaja es una institución privada, por lo que no tiene ningún inconveniente con otras instituciones sin ver otras reglas o otros motivos que impone para realizar el trabajo.

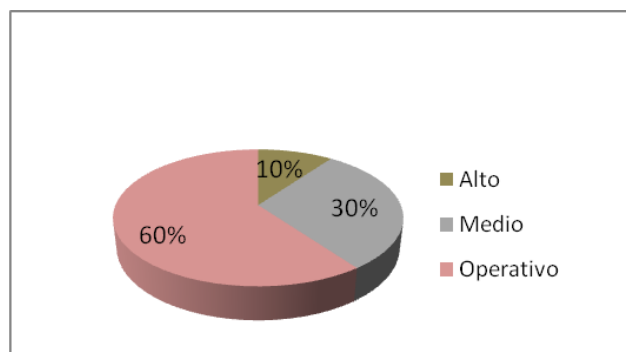
PREGUNTA N° 11 El nivel de cargo que desempeña en la cooperativa es:

TABLA N° 2.11: NIVEL DE CARGO QUE DESEMPEÑA EN LA ENTIDAD

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Alto	1	10 %
Medio	3	30 %
Operativo	6	60 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.14: NIVEL DE CARGO QUE DESEMPEÑA EN LA ENTIDAD



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al encuestar al personal el 10% ocupa cargo alto, el 30% cargo medios y tan solo 60% tiene cargos operativo de la institución, el personal que ocupa el cargo en las oficinas de la cooperativa es operativo en cuanto espera las órdenes del jefe para realizar las actividades de cada dependencia.

PREGUNTA N° 12 ¿Cómo califica el tamaño de la institución financiera ?

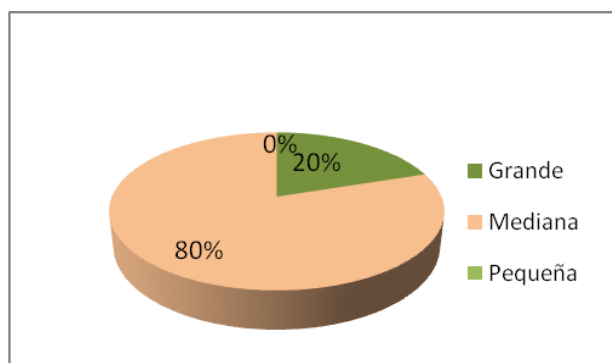
TABLA N° 2.12: COMO CALIFICA A LA INSTITUCIÓN FINANCIERA

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Grande	2	20 %
Mediana	8	80 %
Pequeña	0	0 %
TOTAL	10	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda

REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.15: COMO CALIFICA A LA INSTITUCIÓN FINANCIERA



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda

REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 20% de la encuestada realizado al personal de la cooperativa, la evalúa como de tamaño grande, el 80% considera que es mediana en relación a otras instituciones del sistema financiero la ciudad de Latacunga, se asegura sobre la importancia de tener una institución grande para dar buen servicio a los clientes.

2.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “CHIBULEO LTDA.” SUCURSAL – LATACUNGA

La presente técnica se aplicará a los socios de la institución para lo cual se ha diseñado las preguntas.

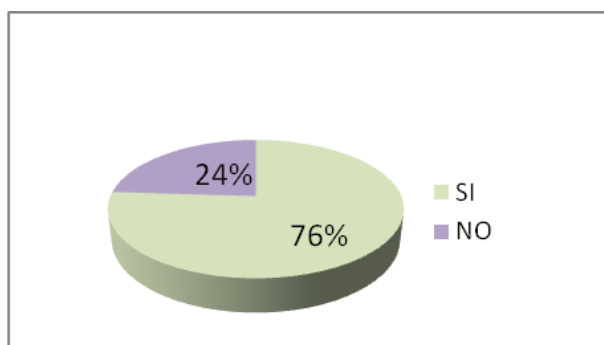
PREGUNTA N° 1 ¿Usted como socio de la cooperativa cree que mediante un Manual de Atención al Cliente mejorará el servicio?

TABLA N° 2.2: CREE IMPORTANTE EL MANUAL

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	152	76 %
NO	48	24 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.16: CREE IMPORTANTE EL MANUAL



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De las personas encuestadas el 76% están de acuerdo que exista el manual de atención al cliente, y el 24% no está de acuerdo con el manual de atención al cliente, este resultado es satisfactorio, ya que evidencia que los encuestados son conscientes en la falta de comunicación y servicio en la institución y a la vez efectivizar sus funciones administrativas.

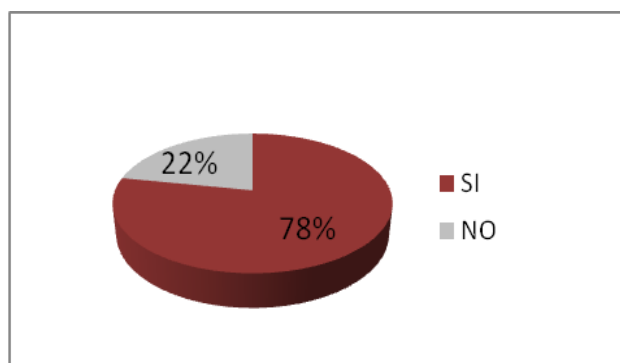
PREGUNTA N° 2 ¿Considera usted importante que exista una atención adecuada para todos los socios?

TABLA N° 2.3: ATENCIÓN ADECUADA PARA TODOS LOS SOCIOS

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	156	78 %
NO	44	22 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.17: ATENCIÓN ADECUADA PARA TODO LOS SOCIOS



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

A las personas encuestadas el 78%, dice que debe haber una atención firme y el 22% esta desacuerdo, al obtener los resultados de las personas encuestadas manifiesta que está de acuerdo que exista el servicio para todos los socios, sin inconvenientes para el porvenir de los clientes.

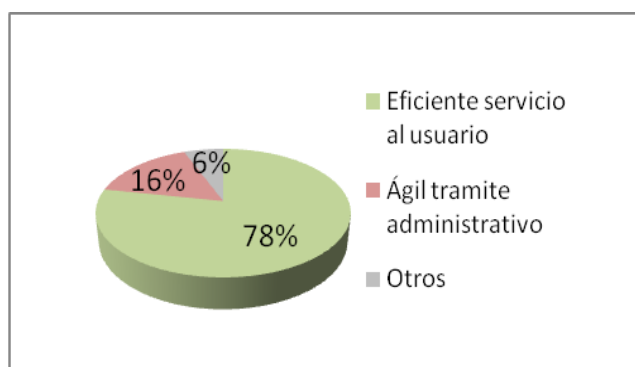
PREGUNTA N° 3 ¿Cuáles considera usted que sería los beneficios que debe poseer una buena atención?

TABLA N° 2.4: BENEFICIOS PARA EL CLIENTE

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Eficiente servicio al usuario	157	78 %
Ágil trámite administrativo	32	16 %
Otros	11	6 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.18: BENEFICIOS PARA EL CLIENTE



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los socios encuestados, 78% afirman que es eficiente el servicio, mientras que un 16% menciona que es ágil el trámite administrativo y el 6% otros beneficios, en virtud es importante poseer todos los que tiene la institución para el bienestar del usuarios, lo que será de vital importancia para la administración de la Cooperativa Chibuleo.

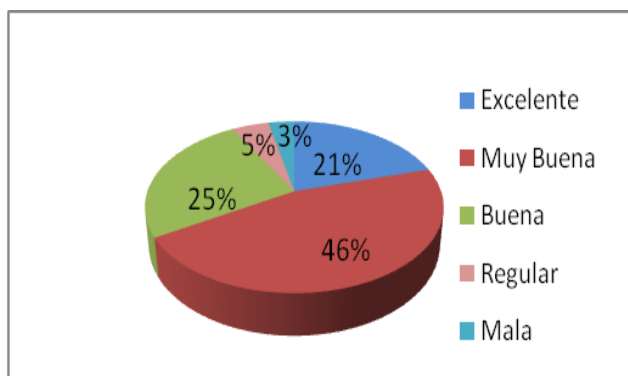
PREGUNTA N° 4 ¿Cómo califica la calidad de servicio que usted recibe de la cooperativa chibuleo?

TABLA N° 2.5: COMO CALIFICA LA CALIDAD DEL SERVICIO

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Excelente	34	21 %
Muy Buena	96	46 %
Buena	53	25 %
Regular	10	5 %
Mala	7	3 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.19: COMO CALIFICA LA CALIDAD DEL SERVICIO



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los clientes encuestados el 21%, excelente, el 46% muy buena, 25% buena el 5% es regular y el 3% es mala, por lo que hace falta tener conocimiento eficiente para dar una buena atención, por lo que es importante dar el servicio a los cliente en lo cual se debería recibir una información correcta para dar una atención excelente.

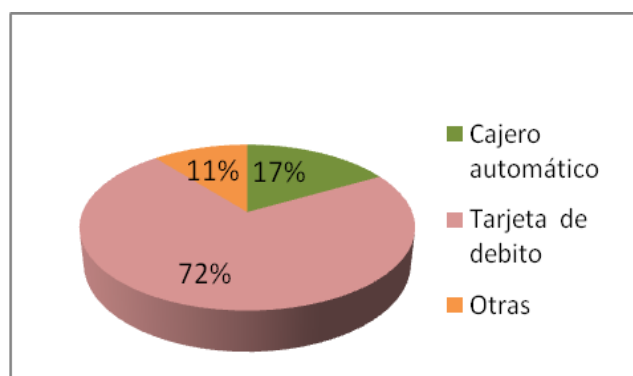
PREGUNTA N° 5 ¿Qué servicios o productos considera que debe incorporarse en la cooperativa Chibuleo?

TABLA N° 2.6: SERVICIOS O PRODUCTOS QUE DEBE INCORPORARSE

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Cajero automático	34	17 %
Tarjeta de debito	144	72 %
Otras	22	11 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.20: SERVICIOS O PRODUCTOS QUE DEBE INCORPORARSE



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los encuestados el 17% es requerido cajeros automáticos para acceder a diferentes puntos de canje, el 72% dice que es importante incrementar tarjetas de debito para hacer efectivo el dinero o pagos con tarjeta, el 11% entre otros beneficios, por lo que los clientes consideran necesario las aperturas de varias agencias para que acrediten las tarjetas de debito.

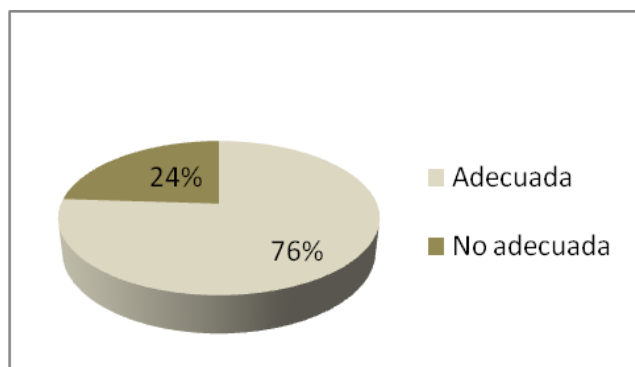
PREGUNTA N° 6 ¿Cómo está ubicado la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda?

TABLA N° 2.7: UBICACIÓN DE LA COOPERATIVA CHIBULEO

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Adecuada	152	76 %
No adecuada	48	24 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.21: UBICACIÓN DE LA COOPERATIVA CHIBULEO



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 76% de los clientes encuestados consiste que es adecuada la ubicación de la Cooperativa Chibuleo Ltda, el 24% no está de acuerdo con la ubicación de la institución, por lo que es importante tener un lugar específico y amplio con espacios suficientes para proporcionar servicio a los clientes.

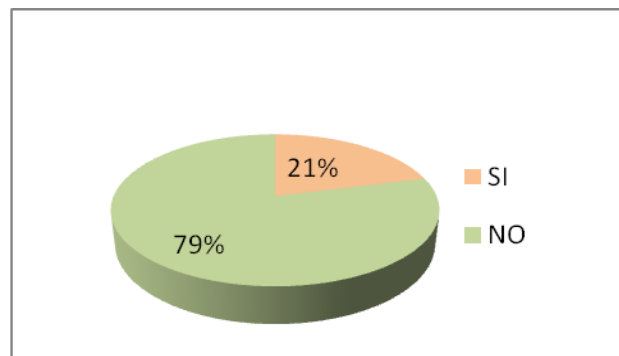
PREGUNTA N° 7 ¿Usted como socio de la cooperativa ha recibido todos los beneficios de la cooperativa?

TABLA N° 2.8: HA RECIBIDO TODOS LOS BENEFICIOS DE LA COOPERATIVA

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	42	21 %
NO	158	79 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.22: HA RECIBIDO TODOS LOS BENEFICIOS DE LA COOPERATIVA



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la totalidad de los encuestados el 21% contesta que si ha recibido los beneficios de la cooperativa, el 79% no ha recibido los beneficios de la institución, están insatisfechos con el servicio que presta la institución, razón por lo cual ellos se sienten perjudicados y no tiene confianza. Para contrarrestar este problema se pondrá de acuerdo con el personal para distribuir los beneficios de la entidad.

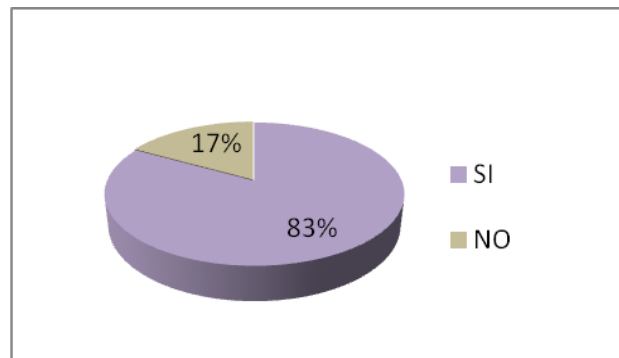
PREGUNTA N° 8 ¿Al integrar a ser socio de la cooperativa le facilito la información rápida?

TABLA N° 2.9: SI FACILITO LA INFORMACIÓN RÁPIDA

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	166	83 %
NO	34	17 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.23: SI FACILITO LA INFORMACIÓN RÁPIDA



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría el 83% indica que se obtuvo una información correcta pero el 17% está en desacuerdo que no recibió la información, no todo el personal de la cooperativa tiene conocimiento en el servicio de atención al cliente por lo que el socio tiene que esperar, lo que causa malestar e inconformidad con la cooperativa. Se pone en manifiesto el manual de atención al clienteservirá como una guía para dar información ágil y oportuna que el cliente requiere.

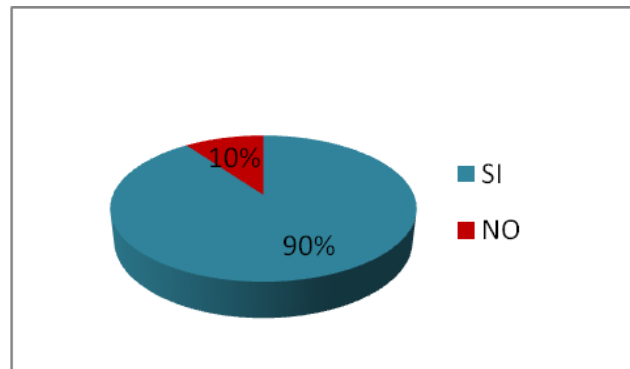
PREGUNTA N° 9 ¿Para realizar un préstamo usted que es cliente de la cooperativa ha tenido algún problema en la cantidad solicitada?

TABLA N° 2.9: PROBLEMAS AL SOLICITAR UN PRÉSTAMO

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	180	90 %
NO	20	10 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.24: PROBLEMAS AL SOLICITAR UN PRÉSTAMO



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los encuestados el 90% conocen sobre los préstamos que da la cooperativa pero no está de acuerdo con el tiempo que demora y el dinero solicitado no da la cantidad solicitada, el 10% no ha tenido ningún problema en realizar un préstamo, por lo que se siente la necesidad de dar confianza a todos los clientes, en cuanto a préstamos ya que los socios son los más importantes, y es la base principal dentro de la institución, para crear más fuentes de inversiones en la cooperativa.

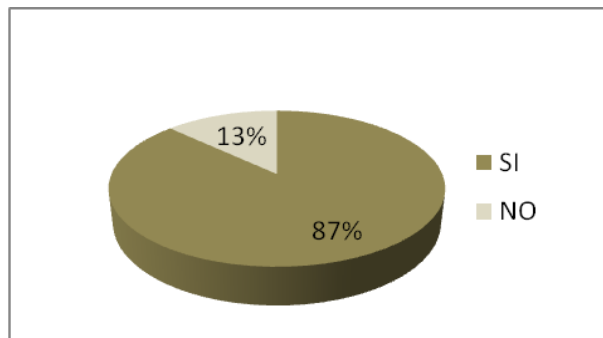
PREGUNTA N° 10 ¿El ahorrar en la Cooperativa Chibuleo garantiza sus depósitos financieros?

TABLA N° 2.10: GARANTIZA SUS DEPÓSITOS FINANCIEROS

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	174	87 %
NO	26	13 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.25: GARANTIZA SUS DEPÓSITOS FINANCIEROS



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

A los clientes encuestados el 87% que si tiene confianza en la cooperativa para ahorrar su capital, el 13% tiene desconfianza en depositar todos sus ahorros, por lo que la cooperativa si brinda seguridad a su capital sin inconvenientes por lo que es una institución financiera y reconocido a nivel nacional

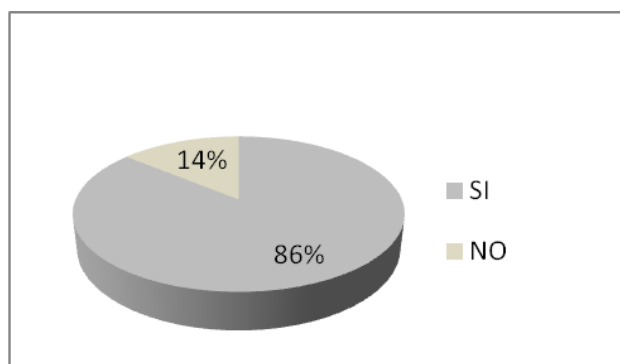
PREGUNTA N° 11 ¿Usted que es socio de la cooperativa se ha retrasado en realizar sus operaciones financieras?

TABLA N° 2.11: RETRASO DE OPERACIONES FINANCIERAS

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
SI	172	86 %
NO	28	14 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.26: RETRASO DE OPERACIONES FINANCIERAS



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al realizar la encuesta a los clientes el 86%, manifiesta que si a demora en realizar las operaciones financieras, por lo es necesario implantar la agilidad al personal que está al frente, el 14% que no se demora la cajera en entregar el dinero, se sienten inconforme con el servicio que presta la cooperativa, esto se da por la falta de conocimiento en el sector financiero, se considera de vital importancia implementar un manual de atención al cliente para desarrollar las actividades.

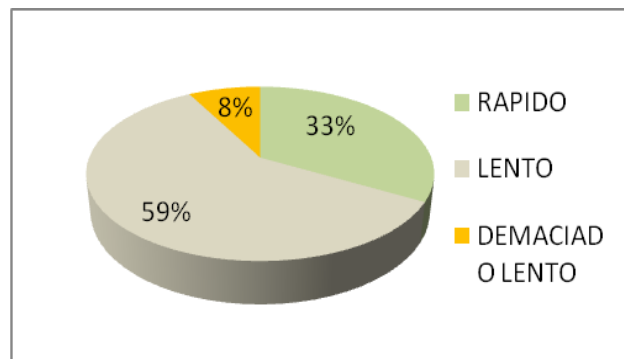
PREGUNTA N° 12 ¿La fluidez de los procesos financieros es?

TABLA N° 2.12: FLUIDEZ DE LOS PROCESOS FINANCIEROS

VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)
Rápido	66	33 %
Lento	118	59 %
Demasiado lento	16	8 %
TOTAL	200	100 %

FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

GRÁFICO N° 2.27: FLUIDEZ DE LOS PROCESOS FINANCIEROS



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
 REALIZADO POR: Investigadora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 33% es rápido, el 59% es lento y el 8% demasiado lento, porque se ha estimado que la mayor parte no está conforme con el servicio que presta la institución, por lo que no permite el desarrollo, es importante implementar un manual de atención al cliente para dar una buena imagen a la cooperativa y cumplir con mayor rapidez y eficiente.

2.8 VERIFICACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS

Verificación: A través de las contestaciones de la aplicación de los instrumentos de la entrevistas y encuesta, podemos comprender que las actividades y estrategias entre el grupo de trabajo de la institución financiera se relaciona con los clientes, ya que nos permite informar y transmitir una comunicación ordenada y dando credibilidad a las palabras enunciadas.

2.- ¿Cuáles serian las técnicas para diagnosticar los problemas que tiene la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal – Latacunga?

Por medio de la **encuesta** se puede determinar si en el personal existe la conformidad o inconformidad en cuanto se refiere a la atención al cliente, de igual forma se realiza a través de la **observación** para constar el servicio a los clientes y por último la **entrevista** para determinar la situación actual de cómo se presta una información dentro de la institución.

Por lo general el 10% de los empleados administrativo desconoce del servicio y el 80% si conoce como dar una buena atención al cliente, para satisfacer las necesidades de los socios con agilidad y rapidez.

3.- ¿Cuál sería la alternativa de solución que permita mejorar la atención al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal – Latacunga?

Implantar un diseño de un manual de atención al cliente que facilite la presentación de un servicio y cumplir a cabalidad con todas las actividades que involucre en el área secretarial y por ende ahorrar tiempo, dar seguridad y agilidad a los clientes

2.9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.9.1 Conclusiones

- ✓ En la institución es importante implementar un diseño de un manual de atención al cliente que nos servirá como una guía, para realizar las actividades dentro de la cooperativa y ayudara a organizar las actividades.
- ✓ Al diseño un manual de atención al cliente se tendrá una organización adecuada en la institución financiera que permitirá reformar el servicio al cliente y brindar microcrédito que busque satisfacer las necesidades de los usuarios.
- ✓ La institución no tiene espacio suficiente para dar un buen servicio a los clientes, por lo que se sienten insatisfecho con el servicio que proporciona la cooperativa en la cual no tiene confianza los clientes.
- ✓ Existe capacitación únicamente dentro del nivel administrativo, mientras que al personal operativo por considerarlos trabajadores ocasionales no se los capacita continuamente, por lo que hace falta una capacitación de tal manera que el personal operativo satisfaga las necesidades de los clientes.
- ✓ El servicio brindado actualmente por la cooperativa no satisface completamente las necesidades de los clientes, por falencias que ocurren especialmente en los procesos del créditos, servicio al cliente, caja, falta de cortesía y amabilidad por parte de los empleados
- ✓ La Cooperativa Chibuleo Ltda posee servicios que no son beneficiados por los clientes son muy pocos quienes reciben los beneficios por lo que los socios se sienten inseguros y no confía en la institución

- ✓ En la cooperativa al realizar un préstamo se demoran más de lo normal por lo que ha causado malestar a los clientes y no da la cantidad solicitada en la cual no tiene confianza en recibir el capital completo.
- ✓ El servicio que presta la cooperativa no es la adecuada para los clientes por lo que hace falta de personal idóneo en el servicio de créditos, caja y servicio al cliente, para atender con igual importancia rapidez y eficiencia que el cliente requiere.

2.9.2 Recomendaciones

- ✓ Es importante que la cooperativa posea un diseño de un manual de atención al cliente para la ejecución de sus actividades que permita al empleado realizar los procedimientos más rápidos y así agilizar el trabajo
- ✓ Mediante un diseño de un manual de atención al cliente se tendrá el servicio de primera que el usuario necesita, la institución debe tener ética para desarrollar varias actividades para dar un buen servicio a los clientes y se sientan satisfechos.
- ✓ Tener lugar apropiado es importante para la Cooperativa Chibuleo Ltda, en la cual permitirá obtener más clientes y tener mejor servicio para los socios, lo cual es importante para la entidad.
- ✓ Capacitar mutuamente al personal operativo ya que ellos son quienes tienen un contacto directo y frecuente con los usuarios; y su desempeño, el comportamiento influirá la imagen que el cliente adquiera de la institución.
- ✓ Es importante tener un contacto con los clientes ya que ellos son los protagonistas de la institución, para dar una buena comunicación es tener confianza más con los clientes brindar buen trato y cortesía

- ✓ Es indispensable que la cooperativa siempre este pendiente de cada uno de los socios que reciba los beneficios que la institución tiene, para satisfacer las necesidades de los clientes.

- ✓ La cooperativa Chibuleo deberá otorgar préstamos completos y a menos plazo para no causar pérdida de tiempo al usuario.

- ✓ El personal de la institución siempre debe estar atento con los socios para que los depósitos sea más rápidos y para que el cliente se sienta satisfecho con el servicio.

CAPÍTULO III

DISEÑO DE LA PROPUESTA

3.1 TEMA:

“DISEÑO DE UN MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA. SUCURSAL – LATACUNGA”

3.2 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El diseño del manual de atención al cliente se presento en base a la necesidad de la oficina de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal Latacunga, la misma que se da a conocer de forma detallada.

Es en este escenario en el cual los clientes buscan obtener un buen servicio con amabilidad, buen trato, rápida solución a los problemas, entre otros, existe la necesidad de implementar un diseño de manual de atención al cliente para que sea eficaz y que la aplicación de estos pueda ayudar a la estabilidad de la institución.

Se analiza estos elementos de cómo estamos hoy y como queremos estar en el futuro, permitirá lograr la satisfacción total del cliente, ante esta realidad se ha Diseñado un Manual de Atención al Cliente para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda. Sucursal – Latacunga.

La investigadora ha analizado como desenvolver la atención al cliente, con la finalidad de mejorar el servicio y dar una buena información a los socios con

mayor rapidez, oportuna y práctica para todo el personal que labora en esta entidad y mantenerlo actualizado.

Como primer paso buscar satisfacer las necesidades de los usuarios el cual es importante para el personal que labora, ya que la cooperativa depende de economía de los clientes razón por la cual se planifica los beneficios para el futuro de la institución.

Cubrir las expectativas y necesidades de los abonados para lograr su satisfacción total otorgando un servicio de calidad que conlleve a mejorar la imagen institucional de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda

3.3 OBJETIVOS

3.3.1 GENERAL

Diseño de un Manual de Atención al Cliente para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda, que permita alcanzar la satisfacción total del cliente y mejorar su imagen institucional.

3.3.2 ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar los procedimientos y pasos del Manual de atención al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo.
- ✓ Ejecutar el manual de atención al cliente a los problemas que existen en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo.
- ✓ Aplicar como alternativa de solución el diseño del Manual de Atención al Cliente, que permita mejorar la comunicación entre el personal de la cooperativa y los clientes

3.4 JUSTIFICACIÓN

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda.” Sucursal Latacunga, es una entidad privada que busca satisfacer los requerimientos del cliente, creado con el aporte del capital de sus socios; cuya actividad primordial es realizar inversiones y facilitar créditos a los clientes de acuerdo a las necesidades.

El servicio al cliente es importante dentro de la institución para tener una información adecuada e idónea de los usuarios.

Sin embargo, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda.” Sucursal Latacunga existe una deficiencia en la planificación y desenvolvimiento de actividades en cuanto al servicio al cliente, por lo que es necesario establecer todos los servicios adecuados, con el objetivo de que los clientes se sienta conforme realmente satisfecho, así evitando el desplazamiento de los usuarios.

El diseño del manual de atención al cliente nos facilita la información adecuada en general sirve como medio para reorientar continuamente los esfuerzos de la institución hacia a los planes y objetivos en constante cambio así como también ayuda a descubrir deficiencias o irregularidades en las áreas cuyos problemas exigen mayor atención por parte de los empleados de la cooperativa. En vista que la oficina de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda” no cuenta con una adecuada atención al cliente.

Esta propuesta es importante, ya que facilitará la planificación y el desenvolvimiento de actividades y en atención al cliente así evitando el mal servicio y pérdida de los mismos; optimizando el servicio a los usuarios en cuanto a eficiencia y efectividad en la atención al cliente.

MANUAL

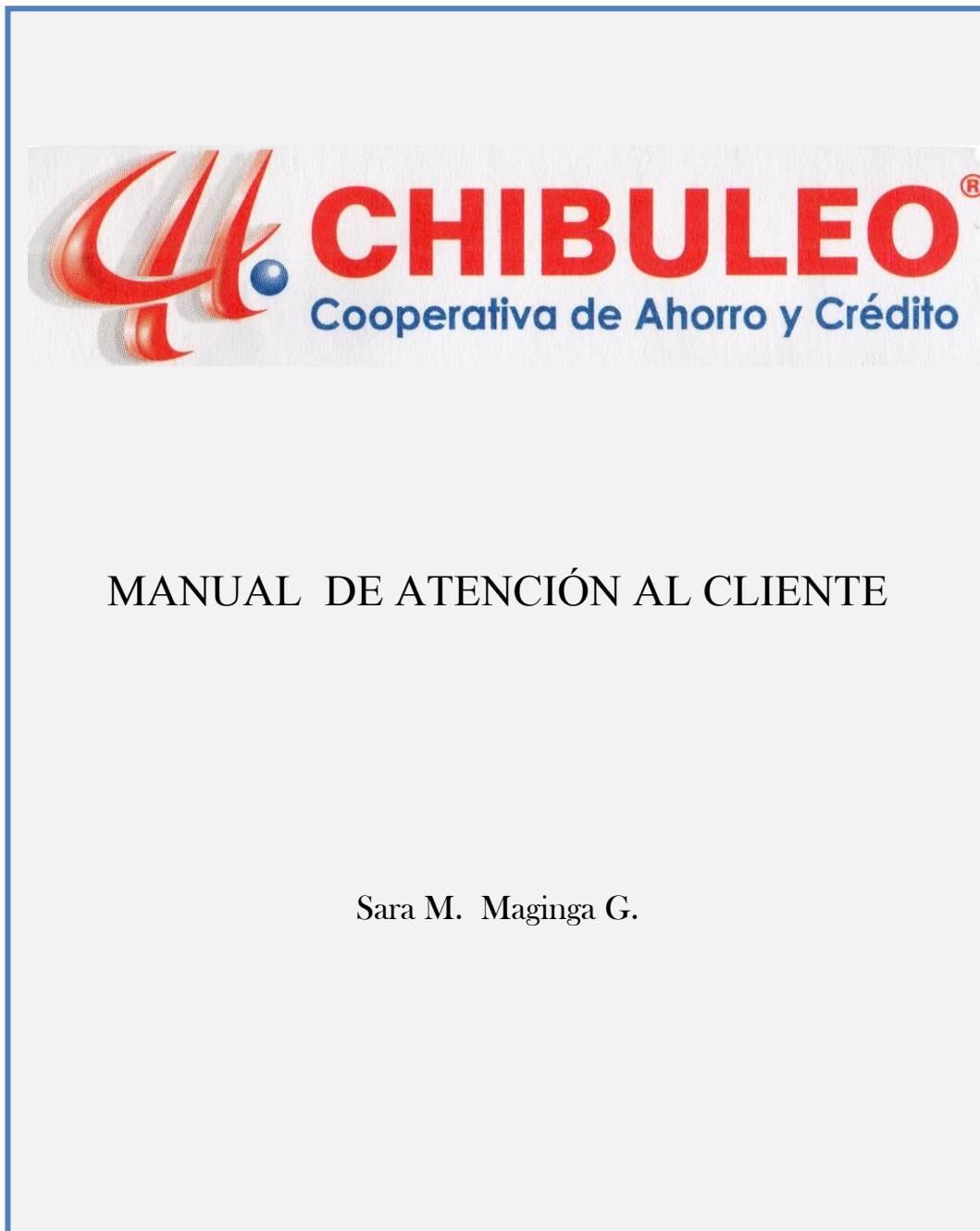


DE ATENCIÓN AL CLIENTE

3.5 DESARROLLO

1. *Presentación*

GRÁFICO N° 3.1: CONTENIDO DEL TEMA



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

2. Índice

ÍNDICE DEL MANUAL

CONTENIDO	PAGINA.
1. Presentación.....	82
2. Índice.....	83
3. Antecedentes.....	84
4. Marco normativo.....	85
5. Objetivo de la institución.....	86
6. Organigrama.....	87
7. Descripción de puestos por áreas.....	88

3. *Antecedentes*

CHIBULEO

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

ACTA CONSTITUTIVA

Historia

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda,” es una institución formada por Jóvenes Indígenas de la comunidad de Chibuleo cuya principal actividad es la de intermediación monetaria, el ahorro y crédito, fundo para satisfacer múltiples necesidades de la población marginado que antes no tenía acceso al sistema financiero y salvaguardar los recursos de los depositantes.

Fundado

Fue fundado por el señor Andel Rodrigo Llambo Chalan la Institución fue registrada bajo el acuerdo ministerial #003el 17 de enero del 2003, y ocupa hoy en día un importante espacio dentro del campo financiero de nuestra provincia y centro del país.

Propuesta

Queremos crecer junto a usted, acompañándole en la continua lucha por el desarrollo del país. No somos una institución grande, pero ideamos propuestas basadas en nuestro compromiso de servicio y trabajo conjunto. Le invitamos a ser parte del cambio, trabajando unidos para construir un futuro digno para

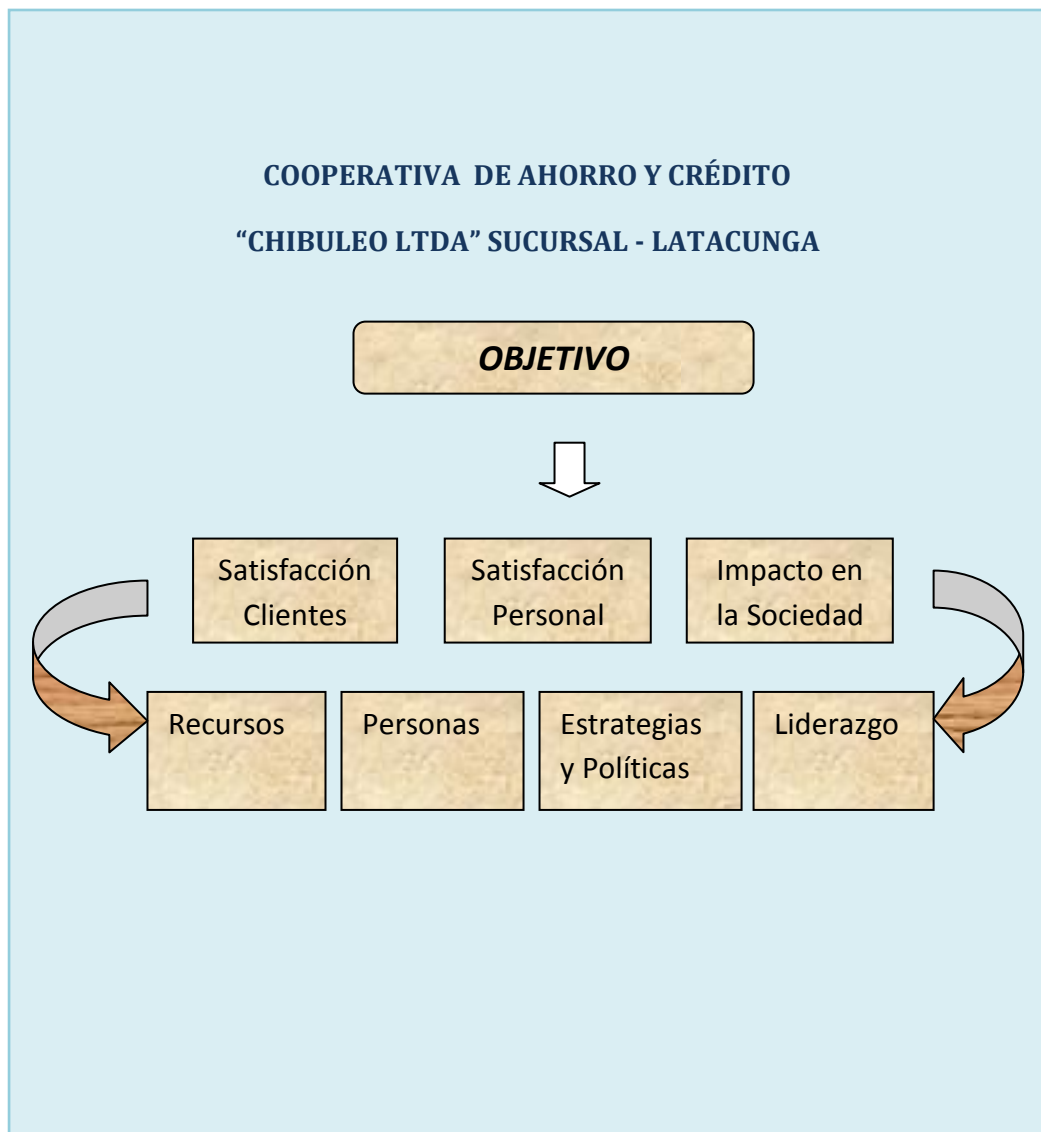
4. Marco normativo

REGLAMENTO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “ CHIBULEO LTDA” SUCURSAL – LATACUNGA

1. El presente reglamento interno, tiene el propósito de regular las relaciones de trabajo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda.” con sus empleados y trabajadores sujetos ejecutivos de trabajo y tiene aplicación obligatoria.
2. La administración del recurso humano de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda.”, se hiciere a través de la gerencia general, la misma que se sujetara a sus procedimientos a las normas legales aplicables y vigentes
3. El gerente general y los empleados y trabajadores quedan sujetos al descrito cumplimiento de las posiciones este reglamento y su desconocimiento no excusa a persona alguna.
4. Las actividades para el subproceso de reclutamiento, selección, contratación, inducción, seguimiento y evaluación del desempeño de recursos humanos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda”, realizarán de acuerdo a los lineamientos establecidos en el procedimiento de recursos humanos.

5. Objetivo de la institución

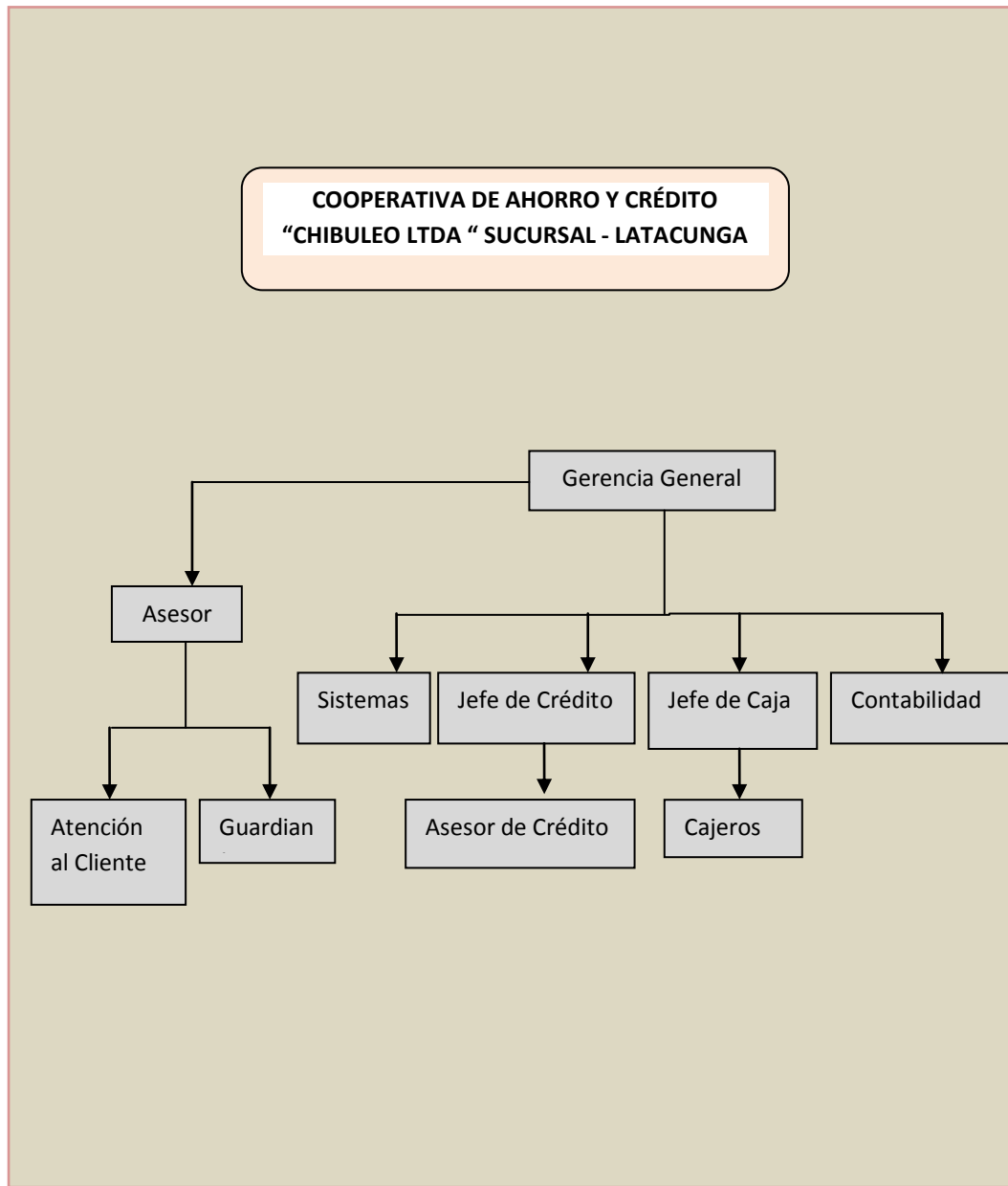
GRÁFICO N° 3.2: OBJETIVO DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

6. Organigrama

**GRÁFICO N° 3.3: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA
“CHIBULEO LTDA” SUCURSAL-LATAACUNGA**



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda
REALIZADO POR: Investigadora

7. Descripción de puestos por áreas

a. CARGO: Gerente Regional

- ✓ Ejecutar los acuerdos de la Asamblea General y del Consejo de Administración
- ✓ Informar mensualmente al Consejo de Administración sobre el estado económico de la Cooperativa, presentando los respectivo Estados Financieros
- ✓ Cuidar que los libros de Contabilidad sean llevados con responsabilidad.
- ✓ Obligar que se presente todos los informes y reportes a las entidades pertinentes.
- ✓ Presentar el presupuesto institucional a Consejo de Administración para su aprobación.
- ✓ Todo lo demás que conste en el estatuto vigente aprobado por el MIES.

b. CARGO: Secretaria

- ✓ Llevar al día la correspondencia tanto recibida como enviada, debidamente archivadas.
- ✓ Contestar y recibir todas las llamadas telefónicas.
- ✓ Elaborar cartas, oficios o memos de Gerencia tanto interno como externo y general cualquier otra disposición emitida por Gerencia.
- ✓ Todo lo demás que conste en el estatuto vigente aprobado por el MIES.

c. Área de Crédito y Cobranzas (Cartera)

Funciones de crédito

- ✓ Recibir solicitudes de Crédito debidamente revisadas y depuradas en cada dependencia de acuerdo al manual de crédito vigente, con todos los documentos de soporte de acuerdo al tipo de crédito solicitado.
- ✓ Presentar diaria o semanalmente un listado de solicitudes de crédito debidamente revisadas y con su informe al Comité de Crédito.
- ✓ Mantener bajo su responsabilidad (custodia) directa o indirecta los pagares, letras de cambio, cheques, hipotecas, prendas y solicitudes de crédito de los socios de la Cooperativa.
- ✓ Autorizar la liquidación y acreditación de valores por créditos aprobado por el Comité luego de haber comprobado y recibido los documento que garantizan dicho crédito.
- ✓ Ser totalmente responsable de la recuperación de cada uno de los créditos otorgados.
- ✓ Comunicar en forma semanal o mensual a la Gerencia sobre el vencimiento de créditos concedidos.
- ✓ Elaborar las notificaciones y avisos de vencimiento.
- ✓ Elaborar el presupuesto institucional.

Funciones del cobrador

- ✓ Mantener al día toda la Cartera de Crédito de la Institución
- ✓ Notificar diariamente a todos los socios y a sus garantes sobre sus obligaciones de crédito.
- ✓ Solicitar al Gerente Financiero la entrega de pagares para ser ejecutados a través de Asesoría Jurídica.

- ✓ Llevar copias de cada uno de los juicios que se ventilan en el juzgado.
- ✓ Se encarga de embargos y remates de los bienes de los socios demandados.
- ✓ Presentar caución.
- ✓ Cumplir a cabalidad del manual de funciones de crédito y otros.

Funciones del asesor

- ✓ Ordenar y archivar todas las solicitudes de crédito de los socios.
- ✓ Realizar la inspección en forma personal y responsable para verificar dirección del deudor y garantes.
- ✓ Verificar los vehículos constatando matricula, número de motor y chasis en créditos prendarios.
- ✓ Presentar caución.
- ✓ Cumplir a cabalidad el manual de funciones de crédito y otros.
- ✓ Todo lo demás que conste en el estatuto vigente aprobado por el MIES.

d. CARGO: Departamento de Contabilidad

- ✓ Contabilizar diariamente y en forma personal el movimiento económico de la Cooperativa.
- ✓ Presentar en forma mensual y dentro de los cinco primeros días de cada mes, a Gerencia los balances y estados de pérdida y ganancia con sus respectivos anexos.
- ✓ Presentar informes económicos a través de Gerencia cuando requieran los Consejos de Administración y Vigilancia.
- ✓ Presentar el Balance semestral y anual a la Asamblea General de los Socios.

- ✓ Emitir cheques o acreditaciones para cancelar cuentas de la institución, solicitando todo el respaldo y justificativo necesarios.
- ✓ Emitir cheques para reposición del Fondo de Cambio previo autorización de Gerencia.
- ✓ Elaborar mensualmente los roles de pago del personal.
- ✓ Todo lo demás que conste en el estatuto vigente aprobado por el MIES.

e. CARGO: Asistente de sistemas

- ✓ Realizar el mantenimiento de hardware
- ✓ Efectuar las actualizaciones del software
- ✓ Realizar el soporte técnico del software y hardware
- ✓ Dar solución inmediata a los problemas que se presentan en el sistema
- ✓ Brindar capacitación sobre el uso del software

f. CARGO: Área de Caja

- ✓ Mantener actualizadas las libretas de los socios tanto en ahorro, certificados de aportación y encaje.
- ✓ Recibir depósitos en efectivo o cheques y acreditar a los socios depositantes.
- ✓ Recaudar en efectivo préstamos de los socios y emitir en forma inmediata el recibo correspondiente por el pago, en caso de recibir cheques este será acreditado en los ahorros y luego de efectivizado se cancelara el préstamo.
- ✓ Mantener bajo su responsabilidad y en efectivo el fondo de cambio asignado para la Gerencia.
- ✓ Cuadrar diariamente el movimiento económico y presentar su informe a contabilidad.

- ✓ Depositar diariamente en la institución financiera fijada por Gerencia la recaudación de la Cooperativa, será responsable del traslado del dinero desde la Cooperativa al Banco, y su descargo lo realizará con la papeleta de depósito debidamente legalizado
- ✓ Todo lo demás que conste en el estatuto vigente aprobado por el MIES.

g. Área de Servicio

Objetivo: Presentar todos los informes del servicio al Consejo de Administración.

h. Conserje

- ✓ Abrir y cerrar la puerta de la institución y mantener las oficinas completamente limpias y aseadas.
- ✓ Entregar correspondencia, notificar a sesiones, retirar y entregar dinero de los socios utilizando para su movilización una moto.
- ✓ Presentar caución fijada por el Consejo de Administración.
- ✓ Será responsable del o los vehículos en el caso de deterioro o daños por descuido o pérdida del mismo.
- ✓ Todo lo demás que conste en el estatuto vigente aprobado por el MIES.

i. CARGO: Guardia

- ✓ Verificar el horario de ingreso y salida personal.
- ✓ Realiza rondas por la institución.

3.6 GLOSARIO DE TÉRMINOS

Administración. Es el proceso particular que consiste en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñado para determinar y alcanzar los objetivos señalados.

Apropiación. Son referentes obligados en el proceso de socialización de las personas.

Atribuciones. Un profesional puede desarrollar su actividad, establece las condiciones para el desarrollo y fija las limitaciones cualitativas o cuantitativas que pueda existir.

Coordinación. La institución tiene con objetivo común, surge la necesidad de coordinar para armonizar los esfuerzos estructurados con arreglo al modelo organizativo elegido

Coherencia. Posee una idea principal; dejando como eje lo relevante y organizando lo irrelevante, para que comprenda el discurso y pueda hallar la conexión completo.

Contrapartida. Persona que trabaja en una institución sabe cómo atender a los clientes tiene mayor comunicación es importante, que permite seguir creciendo gracias a la persona que está al frente.

Comprobación. El trabajo en la institución es importante que se propone para llegar a los resultados obtenidos de las actividades de una buena organización para alcanzar a la meta propuesta.

Disciplina. Es la capacidad del ser humano y que implica, para toda circunstancia u ocasión.

Enfatizar. Busca darle algo especial en la atención, importancia y relieve se habla también de enfatizar aquella cuestión de interés.

Estrategia. Se puede verse como un plan que debería permitir la mejor distribución de los recursos y medios disponibles a efectos de poder obtener objetivos.

Explícitas. Se aplica a la persona que expresa algo o se expresa de forma clara, sin ambigüedades o rodeos.

Eminentemente. Se aplica a la persona que es muy importante por sus méritos o por sus conocimientos en una ciencia o profesión.

Incentivos. La mayoría de las grandes empresas entregan estímulos a sus trabajadores además del sueldo, es una forma de motivarlos para que se lleve a cabo las metas.

Inducción. Se trata de generalizar el conocimiento obtenido en una ocasión a otros casos u ocasiones semejantes que pueden presentarse en el futuro.

Lógica. Es el conocimiento que rige los procesos del pensamiento humano; así como de los métodos que se aplica al razonamiento y la reflexión.

Propósito. Aquella persona que entiende claramente las razones de sus decisiones y acciones son las que están impulsadas por un propósito.

Prontitud. Brindar servicios orientados a ayudar a las instituciones a adoptar metodologías de desarrollo ágil y metodologías de administración de proyectos ágil.

Replicación. Es la técnica para mejorar los servicios que ofrece los sistemas distribuidos porque proporciona mejor el rendimiento de los servicios e incrementa su disponibilidad.

Trascendencia. Implica en primer lugar el reconocimiento de que nuestra vida plena se inserta en procesos más amplios en espacio y tiempo.

3.7 RESULTADOS GENERALES DE LA PROPUESTA

El diseño de manual de atención al cliente es primordial para la institución para manejar adecuadamente las técnicas que optimicen sus habilidades y destrezas en el servicio, de esta forma se establece la información acorde a la institución y establecer un buen cuidado y dar una información adecuada al cliente.

Siendo de gran interés para la Cooperativa de Ahorro Crédito “Chibuleo Ltda” de la ciudad de Latacunga, por ende es importante para las personas que prestan sus servicios en las oficinas de la institución, como es la Atención al Cliente; demostrando su colaboración y apoyo, por lo que se aplicó la propuesta sin ningún inconveniente.

Los resultados que se obtuvieron en estas oficinas fueron excelentes; ya que se pudo mantener una correcta información de las funciones y actividades que realiza en esta oficina, convirtiéndose en gran aporte para mantener actualizado la información a los clientes.

Se realizó pequeños cambios dentro de las oficinas como es:

Para mejorar la atención al cliente, en vista de que el personal de la institución no tiene conocimientos acerca del servicio al cliente, de acuerdo a un dialogo se dio solución a este inconveniente.

Por lo que se implanta un diseño de manual de atención al cliente para desarrollar correctamente las actividades, con la aportación de las autoridades para mejorar el servicio al cliente y tener acceso a la información con mayor facilidad y rapidez.

3.8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Terminada la investigación se realiza las siguientes conclusiones y recomendaciones.

3.8.1 CONCLUSIONES

- ✓ Los conceptos teóricos permiten conocer y mejorar los conocimientos acerca del servicio y permite dar información a los clientes.
- ✓ Por medio de las encuestas realizadas se constató que el personal que labora dentro de esta institución financiera no conoce a cerca de atención al cliente y la comunicación.
- ✓ La presente propuesta ha demostrado la importancia que tiene el diseño de un manual de atención al cliente para dar solución a las actividades cotidianas de la oficina lo que ha beneficiado para dar un buen servicio y por ende el desarrollo de la cooperativa.
- ✓ Por el desconocimiento del manual ha provocado la pérdida de los clientes por la falta de información requerida.
- ✓ El personal que labora en esta Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuelo Ltda”, está de acuerdo con la creación de un Diseño de un Manual de Atención al Cliente para dar un buen servicio como el cliente se merece.
- ✓ La ubicación de la cooperativa debe estar en un sitio específico para no causar pérdida de tiempo al llegar a la institución.

- ✓ Encasillándose en la prestación de servicio a la que representa la cooperativa, se puede determinar que el producto estrella de la institución constituye ser las diferentes líneas de crédito, las mismas que responden a la demanda existente de dicho producto; mientras que la Tarjeta de Débito viene a constituirse en un producto con elevadas expectativas de crecimiento por los beneficios y/o facilidades que brindan al cliente.
- ✓ La ventaja en la atención al cliente en la institución se enfoca hacia una cultura de servicio personalizado, haciendo del recurso humano un elemento clave en el proceso de prestación del servicio por lo que el correcto desarrollo de sus funciones resulta fundamental para lograr el cumplimiento de las expectativas del cliente.

3.8.2 RECOMENDACIONES

- ✓ Se sugiere utilizar la información basada en los conceptos teóricos para ampliar los conocimientos acerca del servicio al cliente.
- ✓ Se recomienda informar a todo el personal del procedimiento del diseño del manual de atención al cliente, que ha implantado la tesista en base a las técnicas utilizadas.
- ✓ Se pide que se mantenga al día el diseño del manual de atención al cliente con el fin de mantener, acceder y brindar con mayor facilidad la información al cliente.
- ✓ Capacitar constantemente a la persona que se encuentra a cargo de las oficinas.
- ✓ Fortalecer la aplicación del servicio al cliente en toda la entidad.

- ✓ Seleccionar el personal idóneo que cumpla con la funcionalidad de la institución a cambio de una estabilidad laboral y capacitación.

- ✓ Desarrollar el servicio al cliente en los demás oficinas de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Chibuleo Ltda.”

- ✓ Es de vital importancia que para determinar la situación del servicio al cliente en la cooperativa, la misma predisponga todos los servicios necesarios de tal manera que la atención al cliente desarrolle con parámetros verdaderos.

BIBLIOGRAFIA

CITADA

BABBAGE, Charles: Administración Ediciones Macchi, País México Año 1998.

BURGELMAN “Concepto de estrategias” [En línea] Sevilla 2002 (citado 17 de febrero del 1993)

CAMPBELL, Joseph “Misión Edición Cuarta, País España Año 1992.

HAMEL, Modelo de Negocio de la Tercera Edición, País Perú Año 2000

LARREA, Enrique: Atención al cliente. [En Línea]Sevilla 1987 (citado 17 junio del 2007) disponible en Internet: <http://articulos/g-documento.Hpm//>

MENGUZZATTO, Renal “Componentes de la estrategia”Segunda Edición Newsletter (2000, Pág. 47)

PORRAS, Collins Visión Edición Inacaped, País Francia Año 1997

REYES, Quelch; Manual de estudio; Sexta Edición, Serie Didáctica A.G. Quito-Ecuador. (1995, pág. 238)

RUBIO, Mercedes; Estructura del Manual, Grupo Editorial NORMA EDUCATIVA (1991).

SERRA, Hermida “Administración Moderna” [En línea] México 2003 (citado el 11 de Julio del 2006) disponible en Internet:
http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empleo/planeación/-74K

CONSULTADA

Hitt, Black: Administración: Editorial Mesich Edición Tomo Cuarta N-º 3 (1986, Pág.37-40) País - Bogotá

MENGUZZATTO y Renal, Estrategia: Editorial Marcel Dekker Tomo Primero N° 4 (1999,Pág.4-9) País- España

TOSO, Kelo; Atención al Cliente; Colección Busines Edición N-º 6 (1987,Pág,10-12) País - Perú

VIRTUAL

<http://www.unex.ucla.edu> (12-05-2010-16:44h).

www.monografias.com/newsletters/97 (17-09-2010-14:30h).

NICKS, DOYLE: Atención Cliente, Editorial Ledebé, Edición Cuarta, París, Año 1991 www.monografias.com/newsletters/97. (15-09-2010-11:35h.).

REYES AGUSTIN: Administración de Empresas Editorial Domest, Edición Tercero, País México, Año 1996 <http://www.Estrategia.com>. (22-04-2010-12:15h.).

www.estrategiassiste.com. (02-10-2010-12:00h.).

1980-<http://www.procedimiento/manual.com>. (24-10-2010-09:00h.).

www.administracióndocumental.html. (12-03-2010-10:00h.).

([http://monografias.com/mismanual/importanciade los documentos](http://monografias.com/mismanual/importanciade%20los%20documentos)). (12-09-2009-11:30h.).

TERRY, GEORGE: Administración, Editorial Zinzanrth Tercera, País Canadá, Año 1982, ([http://www.Organizacion .Adm.](http://www.Organizacion.Adm.com)). (10-08-2010-10:00h.).

ANEXOS

ANEXOS 1

ENTREVISTA REALIZADO AL GERENTE REGIONAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO “CHIBULEO LTDA” SUCURSAL - LATACUNGA

- 1.- ¿Usted como gerente de la cooperativa cree que es importante implementar un diseño de un manual de atención al cliente?

- 2.- ¿Cree usted que mediante un diseño de un manual se dará un mejor servicio a los clientes?

- 3.- ¿El personal que trabaja en la Cooperativa son capacitados para dar un buen servicio al cliente?

ANEXOS 2

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA. SUCURSAL - LATAGUNGA

OBJETIVO: Obtener información acerca del servicio que tiene la institución.

INSTRUCCIONES: Responder a las siguientes preguntas con toda veracidad y señalar con una (X) la respuesta correcta.

CUESTIONARIO

1 ¿Para la institución es importante implementar una manual de atención al cliente?

SI ()

NO ()

2 ¿Cree que mediante un manual de atención al cliente modernizara la imagen de la institución?

SI ()

NO ()

3 ¿Han recibido comentarios buenos acerca del servicio que presta la institución.?

SI ()

NO ()

4 ¿Tiene espacio suficiente en las oficinas para dar una buena atención a los clientes?

SI ()

NO ()

5 ¿Considera usted que es necesario capacitar a los empleados para que den buen servicio a los clientes?

SI ()

NO ()

6 ¿Cree usted la información que da a los socios es la adecuada?

SI () **NO** ()

7 ¿Considera usted que mediante un manual de atención al cliente en el departamento de Secretaria, permitirá mejorar el servicio de la institución?

SI () **NO** ()

8 ¿En caso de no existir un Manual de Atención al Cliente en la institución que problemas puede ocasionar?

Mal servicio al usuario ()

Mal información al cliente ()

Otros ()

9 ¿De acuerdo a su percepción como califica la imagen de la institución ante la comunidad ?

Excelente () Muy Buena () Buena ()

Regular () Mala ()

10 En la cooperativa que usted trabaja es:

Publica () Privada ()

11 El nivel de cargo que desempeña en la cooperativa es:

Alto () Mediano () Operativo ()

12 ¿Cómo califica el tamaño de la institución financiera ?

Grande () Mediana () Pequeña ()

GRACIAS

ANEXOS 3

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÈMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA AHORRO Y CRÉDITO "CHIBULEOLTDA" SUCURSAL - LATAGUNGA

OBJETIVO: Obtener información acerca del servicio al cliente.

INSTRUCCIONES: Responder a las siguientes preguntas con toda veracidad y señalar con una (X) la respuesta correcta.

CUESTIONARIO

1 ¿Usted como socio de la cooperativa cree que mediante un Manual de Atención al Cliente mejorara el servicio?

SI () NO ()

2 ¿Considera usted importante que exista una atención adecuada para todos los socios?

SI () NO ()

3 ¿Cuáles considera usted que sería los beneficios que debe poseer una buena atención?

Eficiente servicio al usuario ()
Ágil trámite administrativo ()
Otros ()

4 ¿Cómo califica la calidad de servicio que usted recibe de la cooperativa chibuleo?

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

5 ¿Qué servicios o productos considera que debe incorporarse en la cooperativa Chibuleo?

Cajero automático () Tarjeta de debito () Otras ()

6 ¿Cómo está ubicado la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo Ltda?

Adecuada () No adecuada ()

7 ¿Usted como socio de la cooperativa ha recibido todos los beneficios de la cooperativa?

SI () **NO** ()

8 ¿Al integrar a ser socio de la cooperativa le facilito la información rápida?

SI () **NO** ()

9 ¿Para realizar un préstamo usted que es cliente de la cooperativa ha tenido algún problema en la cantidad solicitada?

SI () **NO** ()

10 ¿El ahorrar en la Cooperativa Chibuleo garantiza sus depósitos financieros?

SI () **NO** ()

11 ¿Usted que es socio de la cooperativa se ha retrasado en realizar sus operaciones financieras?

SI () **NO** ()

12 ¿La fluidez de los procesos financieros es?

Rápido () Lento () Demasiado lento ()

GRACIAS

ANEXOS 4

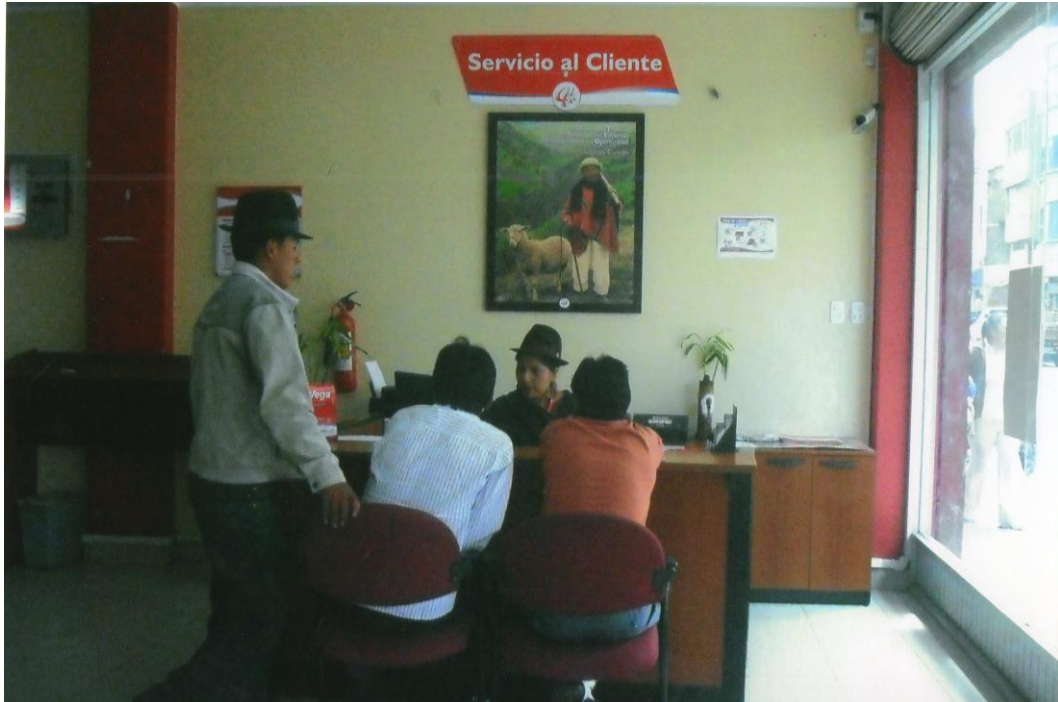
UBICACIÓN DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CHIBULEO LTDA. SUCURSAL – LATACUNGA AVENIDA AMAZONAS Y GUAYAQUIL



SALA DE ESPERA DE LOS CLIENTES QUE INGRESA A LA COOPERATIVA “CHIBULEO LTDA”



SERVICIO AL CLIENTE



SERVICIO DE CAJA



SECCIÓN DE CRÉDITO

