



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS
Carrera Ingeniería Comercial

Título

**“LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE
AHORRO Y CRÉDITO MINGA LTDA.” - RIOBAMBA**

**PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN PARA
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL**

Autor

Moisés Eliseo Mariño Tzacan

Tutor

Mgs. Rosalina Balanzátegui

Riobamba – Ecuador

2021

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera: Carrera de Ingeniería Comercial

1. DATOS INFORMATIVOS DOCENTE

TUTOR/MIEMBRO

Apellidos: Balanzátegui García

Nombres: Rosalina Ivonne

Cedula/Pasaporte: 060203000-9

Tutor/Miembro: Tutor

2. DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

Apellidos: Mariño Tzacan

Nombres: Moises Eliseo

C.I / Pasaporte: 0605668482

Título del Proyecto de Investigación: “La gestión de la calidad y la prestación de servicios a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.”

Dominio Científico: Administración

Línea de Investigación: Ciencias sociales y del comportamiento

3. CONFORMIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Aspectos	Conformidad Si/No	Observaciones
1. Título	Si	
2. Introducción	Si	
3. Planteamiento del problema	Si	
4. Objetivos: General y Específicos	Si	
5. Estado del arte relacionado a la temática de investigación	Si	
6. Metodología	Si	
7. Resultados y discusión	Si	
8. Cronograma del trabajo investigativo	Si	
9. Bibliografía normas APA	Si	
10. Anexos	Si	

Fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, **SI** es favorable el dictamen Proyecto de Investigación Escrito, autorizando su empastado.

Lugar y Fecha: 15 de diciembre 2021

MGS. ROSALINA BALANZÁTEGUI

Miembro del Tribunal

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROYECTO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera: Carrera de Ingeniería Comercial

1. DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR Y MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Tutor: Mgs. Rosalina Ivonne Balanzátegui García

Cedula: 0602030009

Miembro tribunal: Mgs. Martha Lucia Romero Flores

Cedula: 0301022505

Miembro tribunal: Mgs. Patricia Alexandra Chiriboga Zambrano **Cedula:** 0604092296

2. DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

Apellidos: Mariño Tzacan

Nombres: Moises Eliseo

C.I / Pasaporte: 0605668482

Título del Proyecto de Investigación: “LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MINGA LTDA.”

Dominio Científico: Administración

Línea de Investigación: Ciencias sociales y del comportamiento

3. CONFORMIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Aspectos	Conformidad Si/No	Observaciones
1. Título	Si	
2. Introducción	Si	
3. Planteamiento del problema	Si	
4. Objetivos: General y Específicos	Si	
5. Estado del arte relacionado a la temática de investigación	Si	
6. Metodología	Si	
7. Resultados y discusión	Si	
8. Cronograma del trabajo investigativo	Si	
9. Bibliografía normas APA	Si	
10. Anexos	Si	

Fundamentado en las observaciones realizadas y el contenido presentado, **SI (X) NO ()**

es favorable el dictamen Proyecto de Investigación Escrito, obteniendo una calificación de

9.10 sobre 10 puntos



Firmado electrónicamente por:
ROSALINA IVONNE
BALANZATEGUI
GARCIA

Mgs. Rosalina Ivonne Balanzátegui García
TUTOR



Firmado electrónicamente por:
MARTHA LUCIA
ROMERO FLORES

Mgs. Martha Lucía Romero Flores
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
PATRICIA
ALEXANDRA
CHIRIBOGA ZAMORA

Mgs. Patricia Alexandra Chiriboga Zamora
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN

Que, **Mariño Tzacan Moisés Eliseo** con CC: 0605668482, estudiante de la Carrera de **INGENIERIA COMERCIAL**, Facultad de **CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **“LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MINGA LTDA.”**, que corresponde al dominio científico **ADMINISTRACIÓN** y alineado a la línea de investigación **CIENCIAS SOCIALES Y DEL COMPORTAMIENTO**, cumple con el **9%**, reportado en el sistema Anti plagio nombre del sistema, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 18 de Enero del 2022



Firmado digitalmente por:
**ROSALINA IVONNE
BALANZATEGUI
GARCIA**

Mgs. Rosalina Ivonne Balanzátegui G.

TUTOR

DERECHOS DE AUTOR

La responsabilidad del contenido del siguiente trabajo de investigación, previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial sobre, **“LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MINGA LTDA.”** – **RIOBAMBA**, Pertenece a Moises Eliseo Mariño Tzacan con numero de cedula de Identidad No. 060566848-2 y el dominio erudito de la Universidad Nacional de Chimborazo.



.....

Moises Eliseo Mariño Tzacan

C.I. 060566848-2

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a las personas más importantes de mi vida quienes fueron mi apoyo incondicional, para mi mama Manuela Tzacan que siempre soñó verme cumplir esta meta y ahora me mira como un angel desde el cielo mi papa Jose Mariño quien en estos momentos me ha apoyado para cumplir esta meta.

Moises

AGRADECIMIENTO

Mi mayor agradecimiento es a Dios por brindarme la oportunidad de estudiar y darme salud y bienestar, sabiduría para culminar mis estudios, un agradecimiento incondicional a mis padres y mis hermanos por creer en mi dándome apoyo y consejos que me ha permitido tomar buenas decisiones y seguir en este camino de aprendizaje y a los docentes quienes fueron parte de mi formación académica ya que sin su ayuda esto no hubiera sido posible

Moises

ÍNDICE GENERAL

DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR/MIEMBRO	
DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE	
CONFORMIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	
DATOS INFORMATIVOS DOCENTE TUTOR Y MIEMBRO DEL TRIBUNAL ..	
DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE	
CONFORMIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
Índice General	
Índice de Tabla	
Índice de Gráficos	
Resumen	
Abstract	
Palabra Clave	
INTRODUCCIÓN	16
Capítulo I	17
1.Problematizació.....	17
1.1.Planteamiento del Problema	17
1.1.1.Formulación del Problema.....	18
1.2.OBJETIVOS	18
1.2.1.Objetivo General.....	18
1.2.2.Objetivos Específicos.....	18
Capitulo II	19
2.Estado del arte.....	19
2.1.Antecedentes	19
2.2.FUNDAMENTO TEÓRICO.....	21
Unidad I Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda	21
2.2.1.Reseña Histórica	21
2.2.1.1.Localización.....	22
2.2.1.2.Productos y servicios	22

2.2.1.2.1.Productos de ahorro	22
2.2.1.2.2.Minga Mirak	23
2.2.1.2.3.Minga Ahorro.....	23
2.2.1.2.4.Credi móvil	24
2.2.1.2.5.Minga roles	25
2.2.1.2.6.Microcrédito.....	25
2.2.1.3.Base Legal.....	26
2.2.1.3.1.Alternativas Legales.....	26
2.2.1.3.1.1.Ley de instituciones de sistema financiero	26
2.2.1.3.1.2.Ley de cooperativas	26
Unidad II Gestión de calidad	27
2.2.2Definición de gestión de calidad.....	27
2.2.2.1.La importancia de gestión de calidad.....	27
2.2.2.2.Beneficios de la gestión de calidad para las empresas.....	28
2.2.2.2.1.Reducción de Costos.....	28
2.2.2.2.2.Evaluación correcta de los resultados	28
2.2.2.2.3.Correcta toma de decisiones en la inversión de recursos.....	28
2.2.2.2.4.Mejoramiento del clima laboral.....	29
2.2.2.2.5.Mayor Posibilidad de cumplir metas	29
2.2.2.2.6.Mayor responsabilidad social	29
2.2.2.2.7.Conocimiento del nivel de satisfacción de los clientes.....	29
2.2.2.2.8.Incremento de la satisfacción de los clientes	29
2.2.2.2.9.Mejor formación del talento Humano.....	30
2.2.2.2.10.Confianza en los procesos de la organización	30
2.2.2.2.11.Mejorar en la imagen y credibilidad	30
2.2.2.2.12.Incremento del número de clientes y ventas	30
Unidad III Prestación de Servicios	31
2.2.3.Definición de Prestación de servicios.....	31
2.2.3.1.Importancia de prestación de servicios	31
2.2.3.2.Elementos Básicos al momento de prestar un servicio	32
2.2.3.3.Respeto.....	32
2.2.3.3.1.Entender la situación del cliente	32
2.2.3.3.2.Proporcionar información completa y veraz.....	32
2.2.3.3.3.Equidad	32
2.2.3.3.4.Confiabilidad.....	33

2.2.3.4.5. Rapidez	33
2.2.3.4.6. Obtención de resultados en primer contacto	33
2.2.3.4.Reglas para prestar un buen servicio	34
2.2.3.4.1.Reglas de platino	34
2.2.3.4.2.Reglas de oro	34
2.2.3.5.Características del servicio	34
2.2.3.5.1.Los servicios son más intangibles que tangibles	34
2.2.3.5.2.Los servicios son menos estandarizados o uniformes	35
2.2.3.5.3.Perecederos	35
2.2.3.5.4.Los servicios no pueden ser protegidos por patentes	35
Capítulo III	36
3. Metodología	36
3.1. Método Hipotético – Deductivo	36
3.2. Tipo y Diseño de Investigación	36
3.3. Diseño	37
3.3.1. Investigación de Campo	37
3.3.2. Hipótesis	37
3.4. Población y Muestra	37
3.4.1. Población	37
3.4.2. Muestra	38
3.5. Técnicas e instrumentos de datos	39
3.5.1. Técnicas	39
3.5.2. Instrumentos de datos	39
Capítulo IV	39
4. Análisis e Interpretación de los resultados	39
4.1. Resultado de entrevista	39
4.2. Resultado de la encuesta	43
4.3. Indicadores	55
4.3.1. Indicadores de gestión de calidad	55
4.3.2. Indicadores de prestaciones de servicio	57
4.4. Comparación de Hipótesis	59
4.4.1. Planteamiento de la Hipótesis	59
4.4.2. Cálculo del Chi – Cuadrado	59
Conclusión	62
Recomendaciones	63
PROPUESTA DE MODELO DE GESTION	64
ANEXOS	86

Índice de Tabla

Tabla 1. Muestra de la población.....	38
Tabla 2. Clientes externos	38
Tabla 3 Entrevista a los funcionarios	40
Tabla 4. Encuesta a los socios de la Coac Minga.....	41
Tabla 5. ¿COAC Minga tiene las instalaciones físicas y equipos de apariencia moderna?	44
Tabla 6 Tiene las instalaciones físicas y equipos de apariencia moderna	44
Tabla 7. Son visualmente atractivo.....	45
Tabla 8. Minga promete a sus socios lo cumple en el tiempo estipulado.....	46
Tabla 9. Minga muestra un sincero interés en solucionarlo	47
Tabla 10. Minga ofrece un servicio rápido a sus clientes.....	48
Tabla 11. COAC Minga siempre están dispuesto en ayudar	49
Tabla 12. La COAC Minga transmite confianza al cliente	50
Tabla 13. La COAC Minga siempre son amables con los clientes	51
Tabla 14. La COAC Minga tiene suficientes conocimientos para responder a las preguntas del cliente	52
Tabla 15. La COAC Minga comprende las necesidades del cliente.....	53
Tabla 16. Indicadores Recursos Humanos	55
Tabla 17. Indicador Sistema de Información.....	56
Tabla 18. Indicadores Recursos Materiales	57
Tabla 19. Indicador Satisfacción de los clientes.....	57
Tabla 20. Indicador Atención al cliente.....	58
Tabla 21. Indicador Rendimiento	58
Tabla 22. Evaluación de la satisfacción de los trabajadores.....	59
Tabla 23. Aspectos críticos de los momentos precisos	81
Tabla 24. . Resultado de las preguntas	82
Tabla 25. Resultado de las preguntas	82
Tabla 26. Resultado de las preguntas	83
Tabla 27. Resultado de las preguntas	83
Tabla 28. Resultado de las preguntas	84
Tabla 29.Resultado de las preguntas	84

Tabla 30. Resultado de las preguntas	85
Tabla 31: Propuesta de mejoras en la satisfacción de los clientes.....	85
Tabla 32. Variable de Gestión de Calidad.....	89
Tabla 33. Variables de Prestación de Servicios.....	90

Índice de Gráficos

Grafico 1. Detalles de las encuestas	44
Grafico 2. Resultado de las encuestas	45
Grafico 3. Resultado de Encuestas	46
Grafico 4. Resultado de las encuestas	47
Grafico 5. Resultado de Encuestas	48
Grafico 6. Resultado de Encuestas	49
Grafico 7. Resultado de Encuestas	50
Grafico 8. Resultado de Encuestas	51
Grafico 9. Resultado de Encuestas	52
Grafico 10. Resultado de Encuestas	53

Resumen

La siguiente Investigación desarrollado en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Minga” con la finalidad de proponer un modelo de gestión de calidad en prestaciones de servicios que ayude a elevar la satisfacción de los socios y que se pueda desarrollarse en todas la sucursales, la revisión biográfica desarrolla los principales fundamentos teóricos sobre la gestión de calidad y prestación de servicios en el sector empresarial así también los modelos de gestión utilizados a nivel mundial con esto se construyó el estado el arte, para la realización del diagnóstico se revisó los principales documentos que definen la política y la estrategia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga.

He realizado las entrevistas a los principales directivos y se aplicó las encuestas a los socios para conocer e identificar las insuficiencias que se presentan al momento de la prestación de servicios, en la última parte se proponer un modelo de gestión de calidad para la cooperativa sustentado en los principios y tomando a consideración los cuatro fases para el mejoramiento de la calidad y satisfacción del cliente con ello llegar ser una de las entidades financieras más solvente con calidad de servicios para los socios quienes son parte fundamental de la institución.

Con ello se pudo concluir que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda. Tiene algunas falencias dentro de la institución que debe mejorar de manera óptima resolviendo los problemas y tomando en cuenta todas las recomendaciones dadas para que la organización pueda seguir manteniéndose en el mercado con los estándares altos de calidad.

Palabra Clave: Gestión de calidad, Modelo de gestión, Prestación de servicios, Satisfacción de los clientes, Talento humano

Abstract

The current investigation was developed at Cooperativa de Ahorro y Crédito "Minga" in order to propose a model of quality management in the provision of services that helps to increase the satisfaction of the members and that can be developed in all the branches, the review biography develops the main theoretical foundations on quality management and service provision in the business sector, as well as the management models used worldwide, with this the state of the art was built, to carry out the diagnosis the main documents that define the policy and strategy of Minga, Cooperativa de Ahorro y Crédito "Minga"

The interviews were conducted with the senior managers and the surveys were applied to the members to know and identify the shortcomings that arise at the time of the provision of services, lastly, a quality management model for the cooperative based on the principles and taking into consideration the four phases for the improvement of quality and customer satisfaction, thereby becoming one of the most solvent financial entities with quality of services for the partners who are a fundamental part of the institution.

With this, it was possible to conclude that the Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda. has some shortcomings within the institution that must improve optimally by solving the problems and considering all the recommendations given so that the organization can continue to remain in the market with high quality standards.

Keyword: Quality management, Management model, Provision of services, Customer satisfaction, Human talent

Reviewed by:



Firmado electrónicamente por:
**MISHELL
GABRIELA
SALAO
ESPINOZA**

Lic. Mishell Salao

Espinoza **ENGLISH**

PROFESSOR C.C.

0650151566

INTRODUCCIÓN

Las cooperativas de ahorro y crédito son las entidades más aceptadas a nivel nacional ya que su principal objetivo es aportar de forma positivo a todos los sectores que tengan menos recursos financieros, mediante préstamos con tasas de interés bajas que les permita mejorar la calidad de vida; en la actualidad las cooperativas son controladas y reguladas de manera estricta por la Superintendencia de Economía Popular y solidaria.

Los problemas más frecuentes que tiene una cooperativa es la calidad de prestación de servicios que otorga a sus socios, ya que esto incide de manera directa al crecimiento y el progreso de la entidad financiera; los clientes insatisfechos o tratados de manera incorrecta se van desvinculando totalmente y esto ha provocado que las cooperativas vayan teniendo pérdidas muy significativas.

El presente trabajo de investigación está encaminada al estudio sobre la gestión de calidad y prestación de servicios que otorga a los socios la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda. Para ello se obtendrá información apropiada para supositor análisis e interpretación, esta información se alcanzará a través de encuestas y entrevistas realizados a los socios donde se conocerá el estado actual de la cooperativa en la atención al cliente y posteriormente se propondrá un modelo de gestión de la calidad del servicio para mejorar la relación entre los socios y la institución.

Este documento será un aporte significativo para la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda. Que le permitirá plantear estrategias para una pronta solución a los problemas que actualmente se presenta en la dicha entidad.

Capítulo I

1. Problemática

1.1. Planteamiento del Problema

Según Mendoza, (2018) menciona que “la gestión de calidad y la prestación de servicios es un conjunto de acciones y herramientas que tiene como el principal objetivo es evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de prestación de servicios ya que da hincapié que esta gestión permite a las empresas identificar los errores antes de que ocurra, partiendo de esta definición es importante mencionar que existen un aumento de las competencias entre las empresas y al mismo tiempo los clientes o socios buscan obtener un mejor servicio, por tanto al ofrecer un producto de calidad no es suficiente ya que en la actualidad lo que distingue a una empresa de otra es el valor agregado del producto que ofrece , dentro de esto podemos encontrar que el servicio es uno de los factores más determinantes para obtener buenos resultados”.

La gestión de calidad, y más concretamente la calidad de prestación de servicios se ha convertido en la actualidad en un requisito importante e imprescindible para competir con el resto de empresas tanto locales, nacionales y por qué no mencionar todo el mundo ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados puede llegar a ser en corto o largo plazo, es decir mantener la calidad de prestación de servicios para tener clientes o socios fieles a la empresa y así obtener resultados positivos para la organización.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda. Ha crecido en los últimos años de manera muy significativa expandiéndose a muchas provincias del país con sus sucursales, dando servicio a los socios con préstamos y cuentas de ahorro que le ha permitido llegar ser una de las cooperativas con más prestigio, a pesar de tener muchos años de experiencia en el sector y contar con un crecimiento de socios en la cooperativa, no existe mecanismos óptimos creados para la gestión de calidad de prestación de servicios, lo cual incide directamente en la satisfacción de los clientes.

La Agencia Condamine de la cooperativa de ahorro y crédito minga Ltda.; registra insatisfacción de los socios ya que no aplica instrumentos que le permitan planificar, evaluar, controlar y mejorar la calidad de los servicios lo cual se ha convertido en desventaja competitiva con resto de instituciones financieras de Chimborazo y del país.

1.1.1. Formulación del Problema

¿Cómo incide la gestión de la calidad y la prestación de Servicios a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.?

1.2.OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

Determinar el grado de incidencia de la gestión de calidad en la prestación de servicios a los socios en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de los servicios en la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.
- Identificar los factores que influyen en la calidad de prestación de servicios en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.
- Proponer un modelo de gestión de la calidad del servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.

Capítulo II

2. Estado del arte

2.1. Antecedentes

Para la realización del presente trabajo de investigación “La gestión de la calidad y la prestación de Servicios a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda. se puede mencionar investigaciones similares al tema son:

Según Herrera (2018), en su investigación, *la gestión de calidad y su incidencia en la prestación de servicios en la cooperativa de ahorro y crédito “santa rosa de Patutá”*

Señala lo siguiente:

La investigación es realizada en la cooperativa de ahorro y crédito Santa rosa de Patutan con la finalidad de contribuir de manera positiva a la perfección de la gestión de la calidad en la prestación de servicio que otorgan la dicha entidad financiera, se realiza una fundamentación desde el punto teórico tomando en cuenta a los autores nacionales e internacionales, después se realiza una encuesta a los socios de la cooperativa además se propone un modelo de gestión de calidad y finalmente se define un procedimiento para cada uno de los etapas del modelo que contribuirá de manera positiva a la implementación.

Por otra parte, Cupueran (2017) en su tesis titulada “*La gestión de calidad en la mejora de prestación de servicios en el área administrativa de la cooperativa de ahorro y crédito Bola Amarilla*”.

Menciona lo siguiente:

La investigación tiene como objetivo proponer el planteamiento de un modelo

de gestión de calidad basado principalmente en requisitos de la Norma ISO 9001 – 2015 para un mejoramiento en los procesos administrativos en la cooperativa de ahorro y crédito Bola Amarilla, para obtener la información se empleó principalmente la técnica de encuestas y a través de entrevistas y con ello se planteó parámetros de mejora como en política, objetivos de calidad y mapa de procesos esto va juntamente con el manual de gestión de calidad de procesos.

A su vez, Huilcarema (2018), en su tesis titulada *Modelo de gestión de calidad para la prestación de servicios de la agencia condamine de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” Ltda.*

Comenta lo siguiente:

El objetivo del trabajo de investigación es un pilotaje desarrollado en la agencia condamine de la cooperativa con el fin de proponer un modelo de gestión de calidad de los servicios que ayuden a aumentar la satisfacción de los socios y esto se pueda extender a todas las instituciones para este diagnóstico se revisó los principales documentos que definan la política y las estrategias de la agencia por ello se desarrolló entrevistas a los principales directivos y encuestas a los socios de la cooperativa al momento de abordar la calidad de servicio y por último se propuso un modelo de gestión de calidad en la agencia condamine.

Según, Medina (2012), es su tesis titulada *“La gestión de calidad y su impacto en la prestación de servicios a los clientes de la cooperativa de ahorro y crédito Kullki Wasi Ltda. De la ciudad de Ambato.*

Menciona lo siguiente:

En la Investigación se plantea la problemática principal existente dentro de la cooperativa en donde se realiza un análisis crítico de la situación actual

conociendo y determinando las causas principales que origina estas falencias y después se justifica la investigación y se plantea los objetivos después de conocer la problemática y realizar un análisis profundo el autor propone un diseño de un sistema de gestión de calidad bajo las normas del ISO 9001,2008, para poder aumentar el nivel de satisfacción de los clientes.

De las exposiciones expuestas por cada uno de los autores se puede deducir que la gestión de calidad y prestación de servicios que otorgan las empresas a sus clientes son de suma importancia ya que la calidad de servicios que entreguen las organizaciones a los clientes dependerá su crecimiento y expansión en el mercado ya que un buen servicio entregado permitirá que la empresa sea reconocida con altos estándares de calidad en prestación de servicios.

2.2. FUNDAMENTO TEÓRICO

Unidad I Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.

2.2.1. Reseña Histórica

La cooperativa Minga Ltda. es una cooperativa de Ahorro y crédito, inicia sus actividades en el Cantón Colta de la Provincia de Chimborazo en los años 80 como resultado de la búsqueda de mejores condiciones de servicio de intermediación financiera ya que no contaban con acceso a la banca tradicional.

Minga es fundada con valores y principios de la cultura Kichwa donde inicio como una pequeña caja de ahorro y crédito de la AIIIECH (asociación de las iglesias evangélicas de Chimborazo en la actualidad es conocido como Confederación de Organizaciones, Comunidades Indígenas e Iglesias Evangélicas de Chimborazo, COMPOCIIIECH en Majipamba donde se asocian comunidades y cantones de la provincia de Chimborazo.

Por la acogida y su pronto crecimiento los directivos de la institución decidieron independizarse y llego a ser reconocido por el estado ecuatoriana; es por ello que se cambió y se obtuvo de la persona jurídica como Cooperativa de ahorro y crédito

legalmente constituida desde el 30 de mayo de 1997 que figura en el Acuerdo Ministerial 0694.

En la actualidad se ha cumplido ya 21 años de vida institucional trabajando de manera efectiva con empresas grandes, pequeñas y medianas del Ecuador, forjando una cultura de ahorro con confianza con más 30.000 socios, ya que con calidad de los procesos se ha convertido en una de las instituciones más sólida y con alta credibilidad.

2.2.1.1. Localización

La cooperativa de Ahorro y crédito Minga Ltda. Está situado en:

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Dirección: Rio Chancha 1833 Chile

Sucursales: Quito, Guayaquil, Cajabamba

2.2.1.2. Productos y servicios

La cooperativa de ahorro y crédito ofrece los siguientes productos y servicios

2.2.1.2.1. Productos de ahorro

Beneficios

- Al vencimiento del plazo recibe los intereses acreditados a su cuenta
- El socio elige el plazo de inversión, mínimo 30 días
- Seguridad y rentabilidad
- Puede adquirir créditos de igual o mayor a la inversión
- Monto mínimo 200 dólares americanos

Requisitos:

- Copia de cedula de identidad y papeleta de votación

- Copia de planilla de cualquier servicio ya sea de luz, agua, teléfono
- Foto tamaño carnet

2.2.1.2.2. Minga Mirak

Los socios de la cooperativa pueden depositar su dinero en pólizas de seguros programado, donde le permitirá al cliente tener un porcentaje de ganancia durante el tiempo programado,

Beneficios

- Ahorro acumulativo a una tasa de interés preferencial
- Programe sus ahorros e incrementa su rentabilidad
- Tiempo elegible para el ahorro
- Pueden realizar los depósitos diarios, semanales o mensuales
- Monto mínimo mensual 20

Requisitos

- Copia de cedula de identidad y papeleta de votación
- Copia de planilla de cualquier servicio básicos luz, agua, teléfono.
- Foto tamaño carnet
- Costo de apertura 11\$
- Firma de contrato de ahorro programa MINGA MIRAK

2.2.1.2.3. Minga Ahorro

Los socios de la cooperativa de Ahorro y Crédito Minga pueden depositar su dinero de manera seguro al aperturar su cuenta de ahorro.

Beneficios

- Ahorro desde 1 diario
- Fondos disponibles en todo momento
- Fomentada cultura de ahorro

Requisitos

- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia del titular de cuenta
- Copia de planilla de luz
- Foto tamaño carnet
- Costo de apertura 6\$

Mi Organización

Las diferentes organizaciones del país pueden abrir una cuenta mediante el cual podrán cancelar a sus trabajadores, realizar transacciones que les facilitara el intercambio de dinero de manera sencilla.

Beneficios

- Cuenta ahorro diseñadas para todo tipo de organización
- Tendrán la opción de emitir órdenes de pago tipo cheques para su cancelación
- Realizar transferencias interbancarias
- Servicio de asistencia y asesoramiento de temas financieros
- Control de movimientos económicos de su organización

Requisitos

- Copia de Ruc
- Copia del representante
- Acta de constitución
- Planilla de servicios básicos
- Monto de apertura 11\$

2.2.1.2.4. Credi móvil

Los socios de la cooperativa podrán depositar dinero o pagar de los créditos realizados en la organización mediante las transacciones móviles.

Beneficios

- Deposito desde cualquier lugar que se encuentre
- Sin ninguna demora se realiza las transacciones

- Acumulan los fondos y gana interés
- Dinero disponible en cajeros automáticos

2.2.1.2.5. Minga roles

Mediante este servicio los socios de la cooperativa podrán realizar diferentes transacciones ya que la organización les entregara una tarjeta de Mingacard para que lo puedan utilizar en cualquier cajero automático

Beneficios

Cuenta con ahorros diseñados

Podrá realizar transferencias interbancarias

Control de movimientos económicos desde los canales habilitados

Podrá obtener la tarjeta Mingacard

2.2.1.2.6. Microcrédito

Los socios de la cooperativa podrán acceder a un crédito con muchos beneficios.

Valor: desde 200 hasta 20.000 \$

Garantía: personal, hipotecaria, prendaria.

Dividendos: semanales, quincenales o mensuales

Tasa de interés: mixta convencional vigente del banco central

Requisitos

- Cedula de identidad y papeleta de votación
- Cedula de identidad y papeleta de votación de garante
- Ruc
- Copia del servicio básico
- Copia de impuesto predial de la vivienda
- Apertura de cuenta de ahorro
- Copia del bien hipotecaria

Ventajas

- Puede ser destinado el dinero para cualquier necesidad del socio
- Requisitos flexibles
- Crédito mínimo en 48 horas
- Se puede cancelar en su totalidad

2.2.1.3. Base Legal

2.2.1.3.1. Alternativas Legales

Dentro de la base legal de cooperativa estos dos puntos son muy importantes a tomar a consideración y donde la cooperativa se basa:

- ley de instituciones de sistema financiero
- Ley de cooperativas

2.2.1.3.1.1. Ley de instituciones de sistema financiero

- Cada uno de las instituciones del sistema financiero privado pueden constituirse en un solo acto, mediante el convenio entre los que otorgan la escritura o por suscripciones públicas de acciones.
- Esta ley permite crear y organizar las actividades, funcionamientos y extensiones de cada una de las instituciones del sistema financiero privado.
- Dentro del contrato social se puede estipularse que el capital se divide en varias clases de acciones, con derecho a cada clase si excluir a ningún accionista de la participación en todas las utilidades.

2.2.1.3.1.2. Ley de cooperativas

- La cooperativa de ahorro y crédito Minga tiene el objetivo de planificar y realizar actividades o trabajos en beneficios social o también colectivo
- También tiene como un objetivo principal coordinar, unificar y fomentar el respectivo movimiento de cooperativismo.
- Las cooperativas y cada una de las organizaciones de integración del movimiento podrán celebrar convenios para la otorgación de préstamos en dinero o en maquinaria

Unidad II Gestión de calidad

2.2.2. Definición de gestión de calidad

Según Arias (2019) menciona que “la gestión de calidad implica la comprensión e introducción de un conjunto de principios de gestión donde los principios fundamentales de la gestión de calidad son enfoque sobre los consumidores o clientes, trabajo en equipo y participación de cada uno de ellos y asegurar una mejora continua”

“Es un conjunto de características y propiedades de un servicio o un producto que permite satisfacer las necesidades del cliente para ello se debe analizar la condición de un producto para garantizar la calidad” (Rodríguez; López, 2014, p. 34).

“La gestión de calidad es un sistema eficaz para que se pueda integrar los esfuerzos de mejora de la gestión con ello proporcionar productos y servicios de alta calidad que permita satisfacer las necesidades del cliente ya que se puede mencionar que también la calidad es un nivel o grado de excelencia que puede conocer lo bueno o malo de un producto o servicio ofertado” (Domínguez, 2017, p. 56).

2.2.2.1. La importancia de gestión de calidad

Para las organizaciones la gestión de calidad es muy importante ya que es una herramienta para el desempeño de la organización ya que al satisfacer las necesidades de los clientes permitirá a la empresa elevar su imagen y esto a su vez garantiza de manera precisa la competitividad y la eficiencia (Huilcarema, 2018, p.28).

En una organización donde el equipo de trabajo, se desarrolla orientado a la calidad hace que sus empleados dispongan de las instalaciones y medios adecuados para realizar un buen trabajo ya que el sistema regula las relaciones entre los clientes y los trabajadores para una buena interacción entre ellos y así el empleado puede entregar un servicio de calidad hacia el socio o cliente.

2.2.2.2. Beneficios de la gestión de calidad para las empresas

“La gestión de calidad tiene algunos beneficios que permite a las empresas ir desarrollándose y esto ha permitido que cada uno de ellas puedan ofrecer los servicios de calidad a sus clientes o socios; a continuación, se puede conocer algunos de estos beneficios” (Huilcarema, 2018, p.34).

Estos beneficios permitirán a la empresa poder llegar a ser uno de las empresas más prestigiosas de la ciudad ya que es necesario que los clientes de las empresas estén satisfechos de la calidad de servicio que reciben esto ayudara a que cada socio o cliente pueda crecer de manera muy significativa dando paso a que tenga un efecto positivo y esto permitirá ser más efectivo en su atención y poder llegar ser más competitivo en el mercado.

2.2.2.2.1. Reducción de Costos

“La mayoría de veces cuando se habla de calidad lo relacionamos con una inversión de recursos, medición de satisfacción de clientes, costo de mejores sin embargo en realidad al asumir calidad ayuda a la disminución de los costos principalmente a los costos de fallos que se originan por inconformidad de los servicios o productos”. (Huilcarema, 2018, p.34).

2.2.2.2.2. Evaluación correcta de los resultados

“La gestión de calidad ayuda a evaluar de manera profunda los resultados de la organización de manera que podamos conocer los puntos positivos y negativos con la participación de todos incluyendo de los socios ya que si existen una mayor participación en el proceso de evaluación garantiza una mayor efectividad” (Huilcarema, 2018, p.34).

2.2.2.2.3. Correcta toma de decisiones en la inversión de recursos

“Cuando ya se realiza la evaluación y se obtengan los resultados y con ello se

observen las principales insuficiencias en la gestión de calidad, se podrá invertir los recursos de una manera correcta y así poder contribuir al desarrollo de la organización y a la satisfacción de los socios de la empresa” (Huilcarema, 2018, p.34).

2.2.2.2.4. Mejoramiento del clima laboral

“Al construir las políticas de calidad para la organización existirá menos conflictos entre los grupos de interés y se podrá lograr una mayor colaboración ya que cada uno de los procesos ya tendrán definidos los objetivos que permitirán al cumplimiento de las metas” (Huilcarema, 2018, p.36).

2.2.2.2.5. Mayor Posibilidad de cumplir metas

“La gestión de calidad ayuda y permite al cumplimiento de los objetivos desarrollados a corto plazo, mediano plazo y largo plazo de la organización que principalmente se enfoca en los puntos críticos para lograr los resultados” (Huilcarema, 2018, p.36).

2.2.2.2.6. Mayor responsabilidad social

“La gestión de calidad permite y facilita el uso de los conceptos de producción sostenible, ética, ciudadanía reducción de riesgos laborales” (Huilcarema, 2018, p.36).

2.2.2.2.7. Conocimiento del nivel de satisfacción de los clientes

“Al contar con herramientas e instrumentos previamente validados que nos permita determinar la satisfacción de cada uno de los clientes, con ellos poder retroalimentar a la organización para su mejora” (Huilcarema, 2018, p.36).

2.2.2.2.8. Incremento de la satisfacción de los clientes

“Cuando se identifica las causas que afectan principalmente a la satisfacción del

clientes importante que se aplique las mejoras necesarias para poder incrementar estos niveles y con ellos mejorar la imagen de la empresa” (Huilcarema, 2018, p.36).

2.2.2.2.9. Mejor formación del talento Humano

“La formación permite realizar mejor la planificación, control y ejecución de las actividades ya que la formación actualmente se convierte en una inversión y no en un gasto ya que esto permite que exista mejoras en las competencias de los trabajadores para el cumplimiento de sus funciones Confianza en los productos de la organización” (Huilcarema, 2018, p.36).

Cuando los clientes adquieran los servicios de calidad que ofrece la empresa crecerá una confianza y con ello se podrá obtener una seguridad en el proceso de compra o adquisición de un servicio

2.2.2.2.10. Confianza en los procesos de la organización.

Cuando los clientes adquieren los servicios de calidad que ofrece la empresa crecerá una confianza y con ello se podrá obtener una seguridad en el proceso de compra o de adquisición de un servicio

2.2.2.2.11. Mejorar en la imagen y credibilidad

“Los usuarios o socios crean una imagen positiva de la organización ya que la empresa satisface las necesidades con estándares de calidad” (Huilcarema, 2018, p.42).

2.2.2.2.12. Incremento del número de clientes y ventas

“Uno de los principales mecanismos de publicidad es la satisfacción de los clientes ya que un cliente satisfecho trasmite comentarios positivos sobre la empresa y permite atraer clientes nuevos y así poder incrementar las ventas o servicios prestados” (Huilcarema, 2018, p.36).

Cada uno de los puntos que se ha podido mencionar anteriormente demuestra que

es muy importante la gestión de calidad para las organizaciones ya que permite disminuir los costos, incrementar las ventas, ampliar la cartera de clientes y obtener la confianza y la imagen positivas.

Unidad III Prestación de Servicios

2.2.3. Definición de Prestación de servicios

Según Bussines (2019) menciona que “La definición general de una prestación de servicios es la de una relación obligacional en la cual una persona, que se denomina como prestador, se compromete a desarrollar una prestación a favor de otra, denominada comitente, a cambio de una contraprestación o en forma gratuita. El contenido de los contratos de prestación de servicios comprende siempre prestaciones de hacer o no hacer. También están reguladas por las reglas generales de la prestación de servicios las relaciones contractuales de “doy para que hagas” o de “hago para que des”.

Por otra parte Rodelo (2020) comenta que “En la prestación de servicios debe tener la libertad de desarrollar las actividades para las que fue contratados en la forma y tiempos que desee, siempre y cuando, cumpla con los plazos de entrega y características que de común acuerdo pacten las partes”.

2.2.3.1. Importancia de prestación de servicios

Según Joabar (2018), manifiesta que “la prestación de servicios es una de las ventajas competitiva que es muy importante para las empresas donde facilita los negocios y priorizan las necesidades de los clientes.”

La prestación de servicios es más que amabilidad y cortesía es considerado como un valor agregado para los consumidores; es importante considerar que el cliente cada vez es más exigente ya que los consumidores buscan donde depositar credibilidad, confianza ya que constantemente evalúa la calidad de servicio.

2.2.3.2. Elementos Básicos al momento de prestar un servicio

“Lo más importante dentro de prestación de servicio es interactuar con cortesía y amabilidad, donde el cliente pueda sentirse que es bien recibido; para ello debemos considerar algunos aspectos importantes que están a continuación” (Pereira, 2017, p.56).

2.2.3.3. Respeto

“Los clientes son muy importantes y por ello deben ser tratados de manera respetuosa ya que el cliente interpretara confidencialidad, cortesía, que se ofrezca, cabe recalcar que la persona que provee el servicio, tenga un contacto cara a cara para que la relación sea más efectiva” (Pereira, 2017, p.56).

2.2.3.3.1. Entender la situación del cliente

“Los empleados deben tratar a los clientes de forma personalizada, y de ésta manera poder conocer la situación actual de ellos y cuáles son sus necesidades” (Pereira, 2017, p.56).

2.2.3.3.2. Proporcionar información completa y veraz

“Es muy importante contar con información precisa, confiable y oportuna por tal motivo se debe velar por su contenido y prestar atención a los controles que se establecen para que se genere información de calidad” (Pereira, 2017, p.60).

2.2.3.3.3. Equidad

“Es importante tomar en cuenta que debemos tratar de igual manera a todos los clientes que llegue a la entidad ya que la mayoría de los clientes presentan la queja de

que los empleados ofrecen servicio especial a amigos y personas cercanas y al resto no, por ello debe existir una capacitación de atención al cliente, que permita que los empleados puedan ofrecer un servicio de calidad” (Pereira, 2017, p.56).

2.2.3.3.4. Confiabilidad

Al entregar un servicio es importante tomar en cuenta que debe ser exacta y con alta calidad de confiabilidad, que si se presenta una queja de parte de los clientes, la entidad, pueda solucionarlo lo más pronto posible para conservar su credibilidad y su prestigio.

2.2.3.4.5. Rapidez

El éxito de una empresa dependerá fundamentalmente que aquellas demandas de sus clientes sean satisfechas, de una manera ágil y precisa; porque estos son los protagonistas fundamentales, el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

2.2.3.4.6. Obtención de resultados en primer contacto

“Cuando existe una interacción entre el vendedor y el comprador es importante que el cliente obtenga el producto o servicio que desee ya que al obtener esto se cumplirá con el objetivo estratégico de crear una relación por vida entre ellos” (Pereira, 2017, p.56).

.El objetivo principal cuando se presta un servicio es cumplir con las expectativas del cliente mediante esto poder obtener consumidores cada día ya que esto ayudara a que el servicio se convierta en una referencia positiva hacia la empresa.

2.2.3.4. Reglas para prestar un buen servicio

Para prestar un servicio de excelencia es importante tomar en cuenta estas dos siguientes reglas.

2.2.3.4.1. Reglas de platino

“Es importante tomar a consideración que debemos actuar con los clientes como asesores y consultores sobre lo que ellos necesiten o requieren sin obligarlos a nuestros consumidores y menos manipularlos ya que los gustos y preferencias de los clientes son muy diferentes a los empleados que los atienden” (Pereira, 2017, p. 56).

2.2.3.4.2. Reglas de oro

Dentro de esta regla se rige un punto muy importante que se debe mencionar ya que debemos tratar a nuestros clientes como nos gustaría que nos traten las personas que dirigen la empresa o los líderes deben tomar en cuenta que la clave del éxito de una empresa es entregar a los clientes un servicio de calidad y excelencia que le permita mantener la imagen y el prestigio intacto (Pereira, 2017, p.70).

2.2.3.5. Características del servicio

A continuación, dentro de estos puntos muy importantes se pueden conocer las características del servicio.

2.2.3.5.1. Los servicios son más intangibles que tangibles

“Un servicio intangible no puede ser tocado ni tampoco se puede fácilmente definido ya que es el resultado de un esfuerzo, pero en cambio un producto un objeto que se puede tocar, al analizar un servicio es necesario conocer que el servicio se puede consumir, pero no se puede ser poseído, los servicios son acciones o ejecuciones en lugar de un producto es por ello que es importante recalcar que esto es la mayor

diferencia entre un producto y servicio (Serna, 2018, p.89).

2.2.3.5.2. Los servicios son menos estandarizados o uniformes

“Es necesario conocer que los servicios otorgados a los clientes son muy diferentes del uno al otro ya que cada consumidor tiene diferente necesidad por ellos que el trato de los empleados llega a ser el servicio más tomado en cuenta por los clientes ya que si el ambiente es positivo y relajante ellos regresarán y disfrutarán de los servicios ofertados, pero si no son tratados de mejor manera también llevarán su opinión hacia los demás futuros clientes” (Pereira, 2017, p.56).

2.2.3.5.3. Perecederos

“En este punto se refiere que los servicios no se pueden preservar, almacenar y revenderse es decir que no se puede dejar para otro día, pero si existe alguna inconveniencia se puede dar una solución oportuna, pero es necesario recalcar que los servicios no se pueden almacenar” (Pereira, 2017, p.56).

2.2.3.5.4. Los servicios no pueden ser protegidos por patentes

“No se permite, porque éstos podrían ser copiados ya que es difícil su protección; es por ello que diariamente se puede desarrollar servicios diferentes con valores agregados” (Pereira, 2017, p.62).

Capítulo III

3. Metodología

3.1. Método Hipotético – Deductivo

Según Buge, (2010) menciona que “el método hipotético deductivo es un modelo que combina la reflexión racional con observaciones de suposición; donde está compuesto por pasos esenciales como a continuación mencionamos”.

En el siguiente trabajo de Investigación se desarrolló basándose en el estudio de un problema por lo que se aplicó el método hipotético-deductivo en el siguiente orden.

Planteamiento del problema: la gestión de la calidad y la prestación de servicios a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito minga Ltda.” – Riobamba.

Formulación de hipótesis: la gestión de calidad incide de manera muy significativa en la prestación de servicios a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.

Deducción de consecuencias de la hipótesis: Si la hipótesis es verdadera la gestión calidad si incide de forma significativa en la prestación de servicios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga.

3.2. Tipo y Diseño de Investigación

El presente Investigación se caracteriza con los siguientes tipos de Investigación.

Descriptivo: en este proceso se describió las características de las variables de la Investigación “gestión de calidad y prestación de servicios” a través de información recolectados dentro de la Institución.

Explicativa: Se recopiló información a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga para determinar la relación entre la gestión de calidad y prestación de servicios.

3.3. Diseño

“El diseño de investigación que se utilizó fue la investigación no experimental, pues se describió de manera teórica las variables de estudio como son la gestión de calidad y servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda. Realizando una indagación donde el problema identificado dentro de la cooperativa será analizado e interpretado con ello proponer una solución” (Fuentes, 2017, p. 89).

3.3.1. Investigación de Campo

Para la investigación de campo partió de las encuestas y entrevistas a los trabajadores y el área directiva de la cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda., donde podremos conocer como están actualmente trabajando y entregando servicios a los socios de la cooperativa.

3.3.2. Hipótesis

Hipótesis Nula (H₀): la gestión de calidad no incide de manera significativa en la prestación de servicios a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.

Hipótesis Alternativa (H₁): la gestión de calidad incide de manera significativa en la prestación de servicios a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.

3.4. Población y Muestra

Para la muestra se tomó en cuenta los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda. Riobamba Agencia La Condamine.

3.4.1. Población

En la cooperativa de Ahorro y crédito Minga Ltda. La Agencia Condamine está constituido con 7633 socios activos con lo cual es necesario sacar una muestra para poder conocer cuáles son las necesidades de los clientes y así poder mejorarlo.

3.4.2. Muestra

Tabla 1. Muestra de la población

DATOS	
Población (N)	7633
Tamaño de la muestra (n)	366
Nivel de confianza (z)	1,96
Probabilidad a favor (p)	50%
Error muestral (e)	0,05

Fuente: COAC Minga

Elaborado: Moises Mariño

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)N}{e^2(N) + Z^2 p(1-p)}$$

$$\frac{(1,96)^2 * (0,50) (1 - 0,50) * (7633)}{(0,05)^2(7633) + (1,96)^2(0,50) (1 - 0,50)} \quad N= 366$$

Clientes internos a encuestar

Es este punto no se calculó ninguna muestra ya que se realizó la entrevista a todos los clientes internos que es el total de la población 15 personas donde se pudo conocer cada uno de sus puntos de vista que tienen a cerca de la prestación de servicios que otorgan a los socios.

Tabla 2. Clientes internos

CLIENTES INTERNOS (COLABORADORES)	
Jefe de Agencia	1
Cobranzas	1
Atención al cliente	3
Cajeras / os	3
Asesores de crédito	5
Guardias de seguridad	2
TOTAL CLIENTES INTERNOS	15

Fuente: COAC Minga

Elaborado: Moises Mariño

3.5. Técnicas e instrumentos de datos

3.5.1. Técnicas

Encuesta. – “Es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística para eso es necesario elaborar un cuestionario, cuyos datos que se obtenga será procesada mediante el método estadístico” (Westreicher, 2018, p.120).

La encuesta se aplicó de forma directa a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda. En la sucursal Condamine donde actualmente está las instalaciones, de esa manera conocer el estado actual referente a la atención al cliente.

Entrevista. “Es un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación amena entre dos o más personas, cada uno de las personas que interviene en una entrevista conversan sobre un tema determinado” (Raffino, 2020, p.87).

La entrevista se aplico de forma directa a los directivos de la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda. Con la finalidad de conocer la perspectiva que tiene de la cooperativa con ello comprobar y dar las mejora que sean necesarias.

3.5.2. Instrumentos de datos

- Cuestionario
- Guía de entrevista

3.6. Técnica de procesamiento de la Información

En el siguiente capitulo se desarrolló un análisis e interpretación de información donde se podrá visualizar cuales son las perspectivas que tiene los funcionarios y trabajadores de la cooperativa en el servicio que están otorgando a los socios.

Capítulo IV

4. Análisis e Interpretación de los resultados

4.1. Resultado de entrevista

Entrevista a funcionarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga relacionados con la gestión de calidad.

Se realizó las siguientes entrevistas a los funcionarios de la cooperativa:

- 1.- Gerente general
- 2.- responsable del talento humano

A continuación, se presenta la ficha de investigación de la entrevista.

Tabla 3 Entrevista a los funcionarios

ELEMENTO	CARACTERÍSTICAS
FECHA:	12 de agosto
DURACIÓN:	8 horas
OBJETIVO:	Conocer la información más relevante sobre la gestión de calidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.
ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA LA ENTREVISTA	<ul style="list-style-type: none">• Las estrategias que utiliza la cooperativa minga para la gestión de calidad.• Las políticas tomadas para la evaluación de la calidad de los servicios que prestan la cooperativa.• Instrumentos que utiliza la cooperativa minga para la evaluación de la calidad de los servicios prestados y la satisfacción de los socios.
ENTREVISTADOS	Gerente general Responsable del talento humano

Fuente: COAC Minga

Elaborado: Moisés Mariño

La guía de entrevista se encuentra en el anexo

- Encuesta a socios de la cooperativa

Las siguientes encuestas fueron dirigidas a aplicar a la muestra calculada de 366 socios de la cooperativa, para evaluar la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes.

Tabla 4. Encuesta a los socios de la Coac Minga

<i>Elemento</i>	<i>Características</i>
<i>Fecha:</i>	12 de agosto
<i>Duración:</i>	8 horas
<i>Objetivo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el grado de incidencia de la gestión de calidad en la prestación de Servicios a los socios en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.
<i>Aspectos a tener en cuenta en la realización de la encuesta</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer e identificar las necesidades de los clientes. • Evaluación de la calidad de los servicios que brinda la cooperativa minga Ltda. • Evaluar la satisfacción de los socios de la cooperativa Minga Ltda.
<i>Método de muestreo</i>	Muestreo probabilístico, aleatoria simple.

Fuente: COAC Minga

Elaborado: Moisés Mariño

La encuesta a realizar al socio de la cooperativa se encuentra en el anexo

- **Entrevista a los directivos relacionados con la gestión de la calidad.**

A continuación, se realizó la entrevista a los directivos como gerente general y responsable del talento humano de la Cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.

a) ¿La COAC Minga Ltda. Implementa un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio que oferta?

- En la cooperativa existen mecanismos que permite realizar constantemente actualización e implementación de varios sistemas, pero estos sistemas no han sido óptimos por ende hemos tenido algunos problemas en el área de prestación de servicios.
- Si se realiza a través de la reingeniería de la estructura organizacional

b) ¿Considera Usted que la gestión de calidad incide de manera muy significativo en la prestación de servicios?

Considero que si ya que son Aspectos de vital importancia para mejorar y con ello tener un crecimiento muy significativo ya que cuando una empresa implementa adecuadamente la gestión de calidad el resultado y servicio será óptimo.

c) ¿aplican alguna estrategia para mejorar la prestación de servicios otorgados a los socios?

En la cooperativa Minga utilizan la estrategia de campañas de promoción, sorteos a inversionistas y socios, también para que exista una mejora de prestación de servicios en la cooperativa es la constante capacitación en todas las áreas.

d) ¿Qué herramientas utiliza para evaluar a los empleados en relación a la prestación de servicios?

Para realizar la evaluación de en la cooperativa se utiliza el trabajo de campo y evaluación al personal de acuerdo al área que desempeña.

e) ¿Considera que mejorar la atención al cliente ayuda a aumentar la efectividad del servicio?

De acuerdo ya que cuando existe una buena atención al cliente el servicio será de calidad y los clientes podrán disfrutar de los servicios prestados.

f) ¿En qué periodo capacitan a los trabajadores que prestan servicios?

La capacitación en la cooperativa es constante ya que en el campo financiero hay que cambiar permanente me basándose en la planificación del departamento.

g) ¿Los empleados conocen y asumen su compromiso con las metas de la COAC Minga Ltda.?

La cooperativa al momento que ingresa un trabajador realiza 15 días de inducción para que realice un trabajo óptimo.

4.2. Resultado de la encuesta

Encuesta para evaluar la calidad de los servicios y la satisfacción de los socios.

Para poder realizar la evaluación de la satisfacción de los clientes externos de la cooperativa de ahorro y crédito Minga se realizó un cuestionario con 10 ítems o preguntas relacionadas con los atributos que evalúan la satisfacción del cliente

Resultados de las encuestas

Pregunta 1. ¿La COAC Minga tiene las instalaciones físicas y equipos de apariencia moderna?

Tabla 5. ¿COAC Minga tiene las instalaciones físicas y equipos de apariencia moderna?

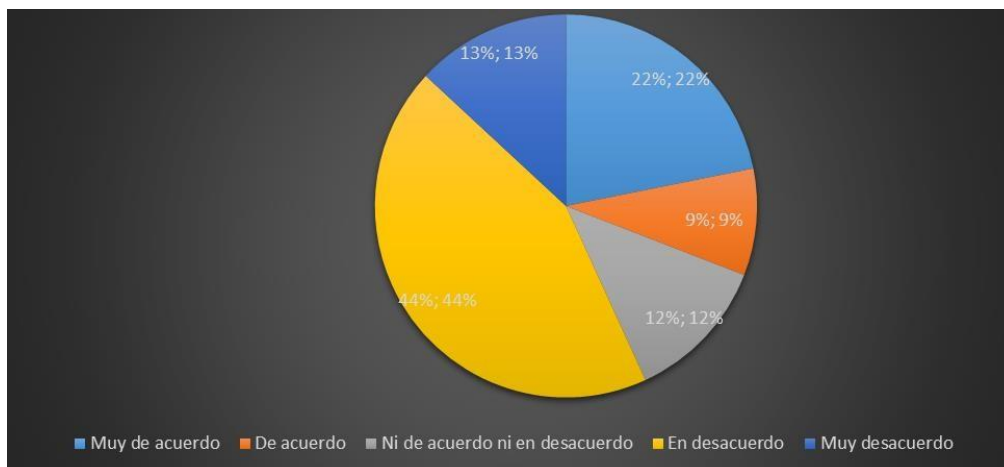
Tabla 6 Tiene las instalaciones físicas y equipos de apariencia moderna

Muy de acuerdo	80	22%
De acuerdo	33	9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	12%
En desacuerdo	160	44%
Muy desacuerdo	48	13%

Fuente: COAC Minga

Elaborado por: Moisés Mariño

Grafico 1. Detalles de las encuestas



Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moisés Mariño

Análisis:

Como se puede observar el siguiente grafico el 44% de la población encuestada mencionan que están en desacuerdo y el 13% están muy desacuerdo mientras solo el 9% está de acuerdo, se puede determinar que la cooperativa de Ahorro y crédito Minga Ltda. No cuentan con las instalaciones físicas y equipos modernos por ello es importante que se tome a consideración en buscar una solución que permita la organización ser más llamativa para los socios.

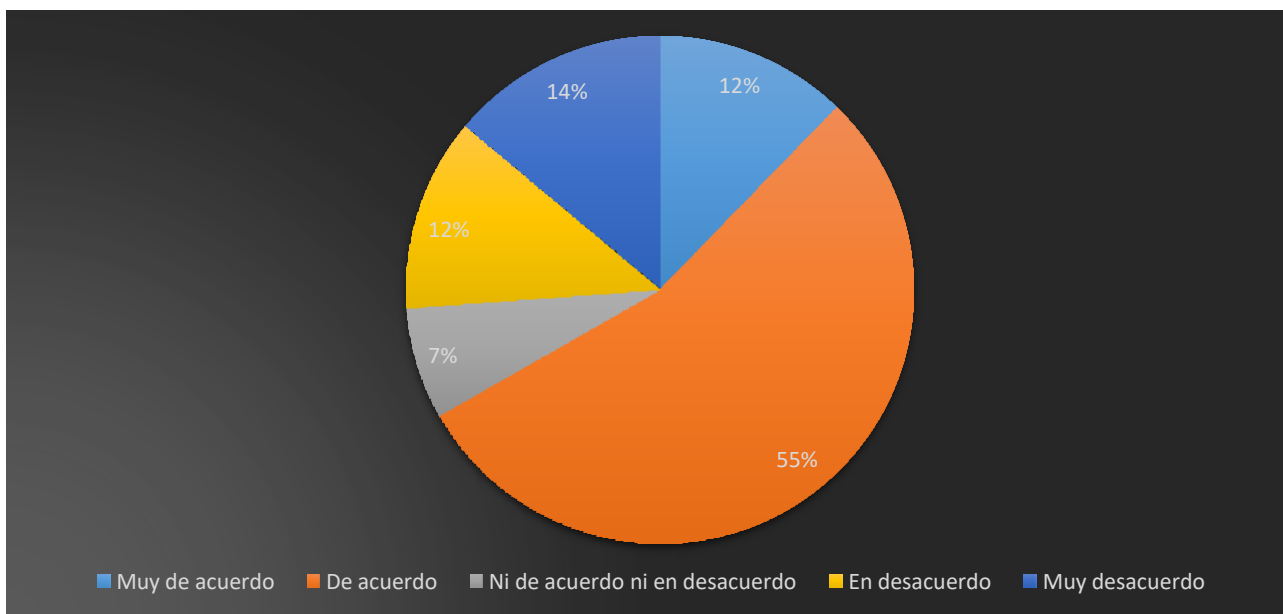
Pregunta 2. . - ¿Los elementos materiales relacionados con el servicio (Folletos, estados de cuenta, etc.) son visualmente atractivo?

Tabla 7. Son visualmente atractivo

a	Muy de acuerdo	45	12%
b	De acuerdo	200	55%
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	7%
d	En desacuerdo	45	12%
e	Muy desacuerdo	51	14%

Fuente: COAC Minga
Elaborado: Moises Mariño

Grafico 2. Resultado de las encuestas



Fuente: Coac Minga
Elaborado por: Moises Mariño

Análisis e interpretación:

En el siguiente grafico se puede establecer que un 67% de la población encuestada está de acuerdo y muy de acuerdo que los elementos materiales que están relacionados con el servicio como folletos, estados de cuenta etc., están visualmente atractivos, mientras el 26% están en desacuerdo y muy desacuerdo, por lo que se puede demostrar que la mayor parte de los socios consideran de manera positivo que el servicio es visualmente atractivo.

Pregunta 3. ¿Lo que la COAC Minga promete a sus socios lo cumple en el tiempo estipulado?

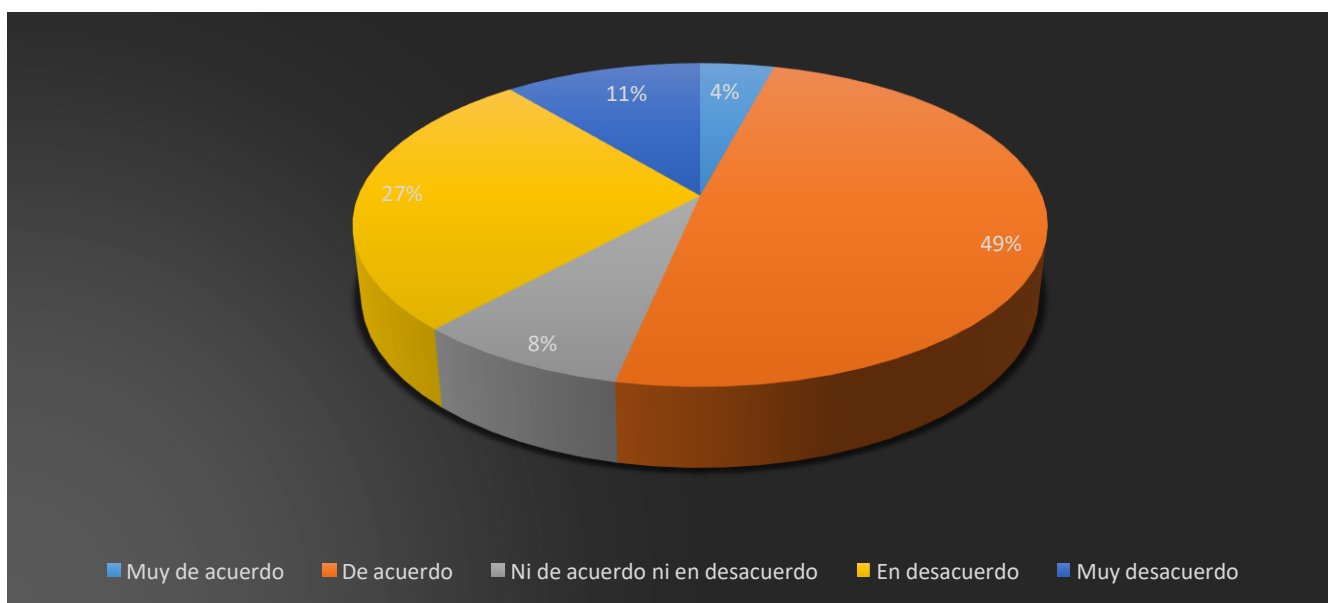
Tabla 8. Minga promete a sus socios lo cumple en el tiempo estipulado

a	Muy de acuerdo	15	4%
b	De acuerdo	180	49%
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	8%
d	En desacuerdo	100	27%
e	Muy desacuerdo	40	11%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Gráfico 3. Resultado de Encuestas



Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Análisis e Interpretación:

Como se puede observar en el siguiente grafico el 53% de la población encuestada mencionan que están de acuerdo y muy de acuerdo que la cooperativa de ahorro y crédito Minga cumple con lo prometido en el tiempo estipulado, mientras que el 38% están en desacuerdo y muy desacuerdo, da a conocer que la cooperativa esta cumplimiento a medias con lo que promete a los socios es por ello importante desarrollar personas capaces en resolver problemas de manera efectiva.

Pregunta 4.- ¿Cuándo el cliente tiene un problema, la COAC Minga muestra un sincero interés en solucionarlo?

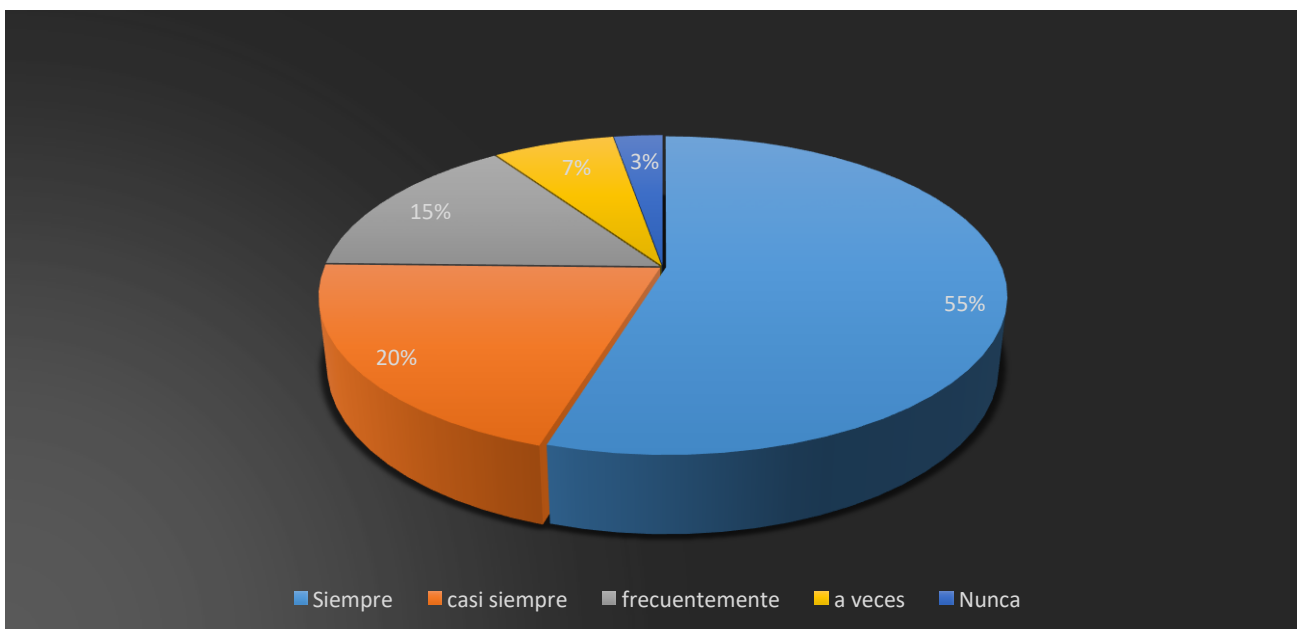
Tabla 9. Minga muestra un sincero interés en solucionarlo

a	Siempre	200	55%
b	casi siempre	75	20%
c	frecuentemente	55	15%
d	a veces	25	7%
e	Nunca	10	3%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Gráfico 4. Resultado de las encuestas



Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Análisis e interpretación:

Del total de la población encuesta se puede observar que un 75% de los encuestados manifiestan que siempre y casi siempre la cooperativa muestra interés en solucionar los problemas que tiene el cliente, y el 3% nunca se interesan, lo que implica que la cooperativa tiene un interés positivo en solucionar los problemas que tenga los clientes.

Pregunta 5 ¿Los empleados de la COAC Minga ofrece un servicio rápido a sus clientes?

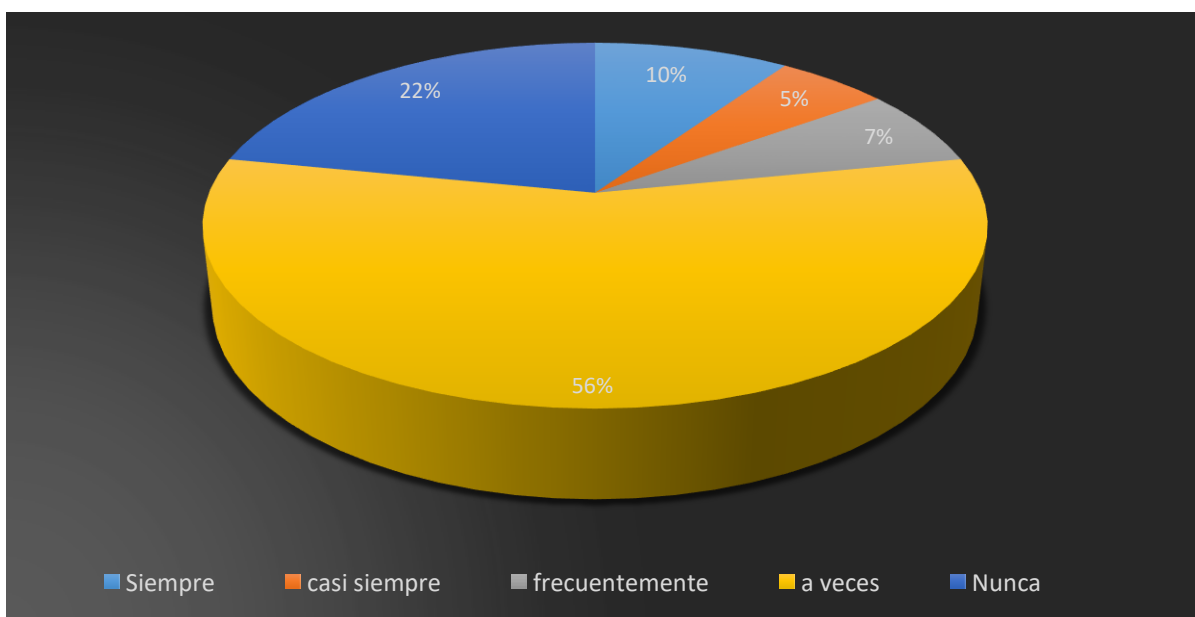
Tabla 10. Minga ofrece un servicio rápido a sus clientes

a	Siempre	35	10%
b	casi siempre	20	5%
c	frecuentemente	25	7%
d	a veces	206	56%
e	Nunca	80	22%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Gráfico 5. Resultado de Encuestas



Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Análisis e interpretación:

Como se puede ver en el siguiente grafico el 56% menciona que solo a veces la cooperativa de ahorro y crédito Minga ofrece los servicios rápido a su cliente y el 22% mencionan que nunca son rápidos los servicios de la cooperativa es por ello que es necesario implementar métodos que el permita cumplir con las expectativas de los clientes y con ello satisfacer sus necesidades de ahorrar tiempo en las transacciones que realicen.

6.- ¿Los empleados de la COAC Minga siempre están dispuesto en ayudar?

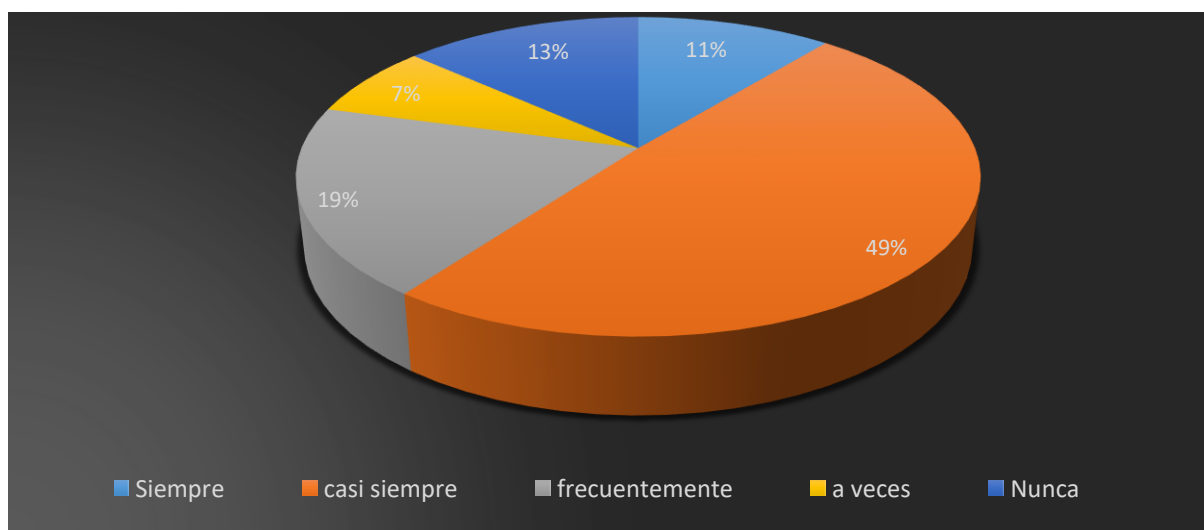
Tabla 11. COAC Minga siempre están dispuesto en ayudar

a	Siempre	40	11%
b	casi siempre	180	49%
c	frecuentemente	70	19%
d	a veces	27	7%
e	Nunca	49	13%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Gráfico 6. Resultado de Encuestas



Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Análisis e interpretación:

En el siguiente grafico se puede ver que el 60% de la población encuestada mencionan

que siempre y casi siempre los empleados de la cooperativa Minga están dispuestos en ayudar, mientras el 13% mencionan que los empleados nunca están dispuestos en ayudar, por ello puedo decir que los empleados están cumpliendo de manera media con las expectativas de los clientes.

7. ¿Los empleados de la COAC Minga transmiten confianza al cliente?

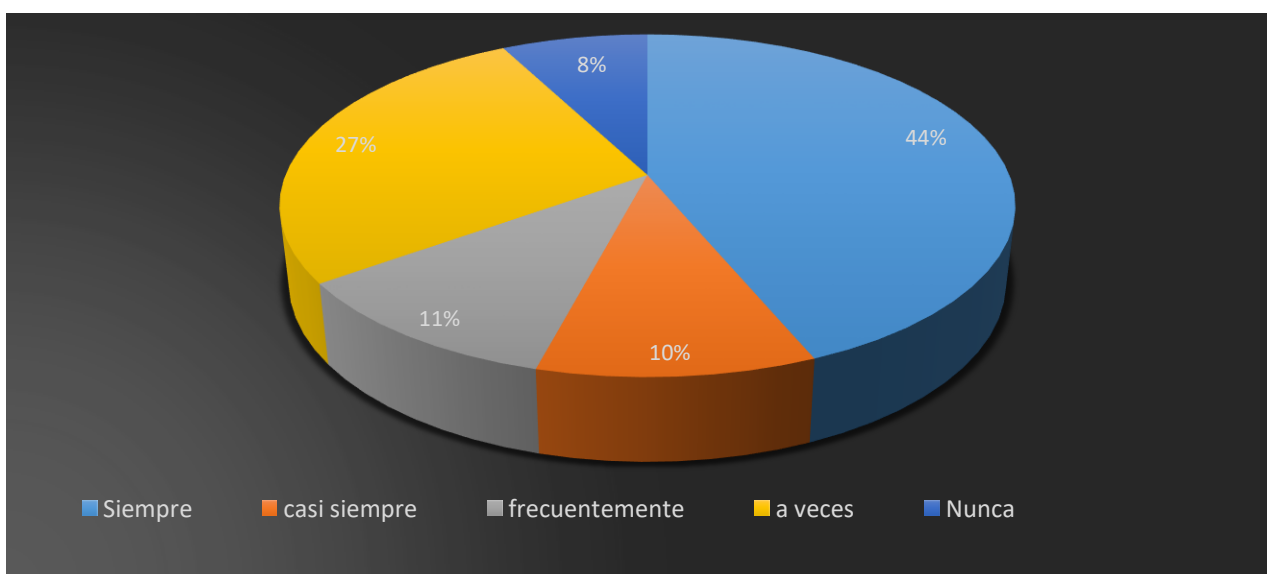
Tabla 12. La COAC Minga transmite confianza al cliente

a	Siempre	160	44%
b	casi siempre	38	10%
c	frecuentemente	40	11%
d	a veces	100	27%
e	Nunca	28	8%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Gráfico 7. Resultado de Encuestas



Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Análisis e interpretación:

Como se puede observar en el siguiente grafico el 92% de la población encuesta menciona que siempre y casi siempre tiene confianza en los empleados de la cooperativa de Ahorro y Crédito Minga, mientras que el 8% de los encuestados mencionan que no tiene confianza en la cooperativa, determinado de esta manera que los empleados están brindando confianza al momento de realizar las transacciones.

8. ¿Los empleados de la COAC Minga siempre son amables con los clientes?

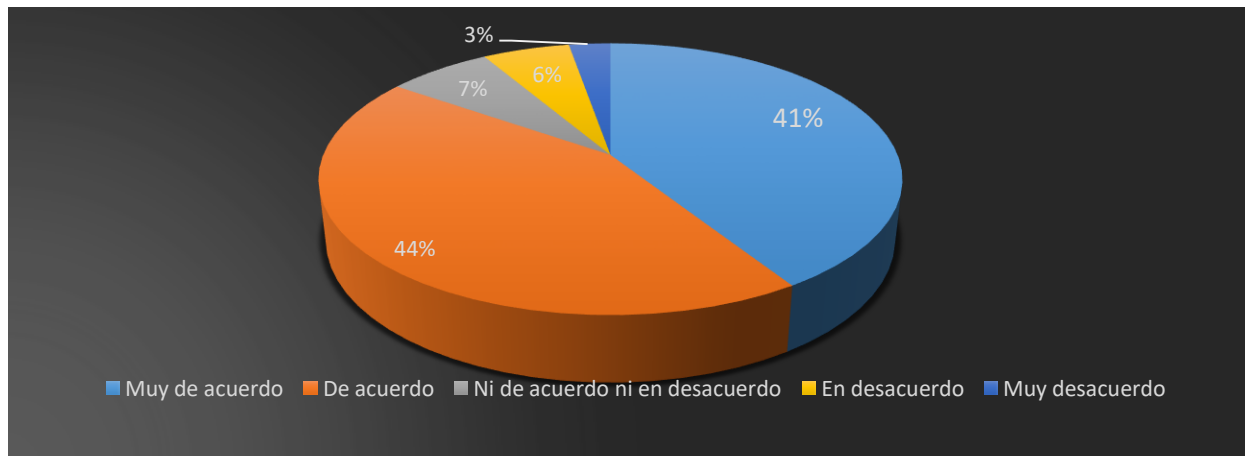
Tabla 13. La COAC Minga siempre son amables con los clientes

a	Muy de acuerdo	150	41%
b	De acuerdo	160	44%
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	7%
d	En desacuerdo	21	6%
e	Muy desacuerdo	10	3%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Gráfico 8. Resultado de Encuestas



Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Análisis e interpretación:

En el siguiente grafico se puede observar que el 81% de la población encuestada mencionan que están de acuerdo y muy de acuerdo con que los empleados de la

cooperativa de ahorro y crédito Minga son muy amables con los clientes, mientras el 10% está desacuerdo y muy desacuerdo en que los empleados de la cooperativa son amables con los clientes, dando a conocer que los empleados están prestando sus servicios de manera cordial.

9. ¿Los empleados de la COAC Minga tiene suficientes conocimientos para responder a las preguntas del cliente?

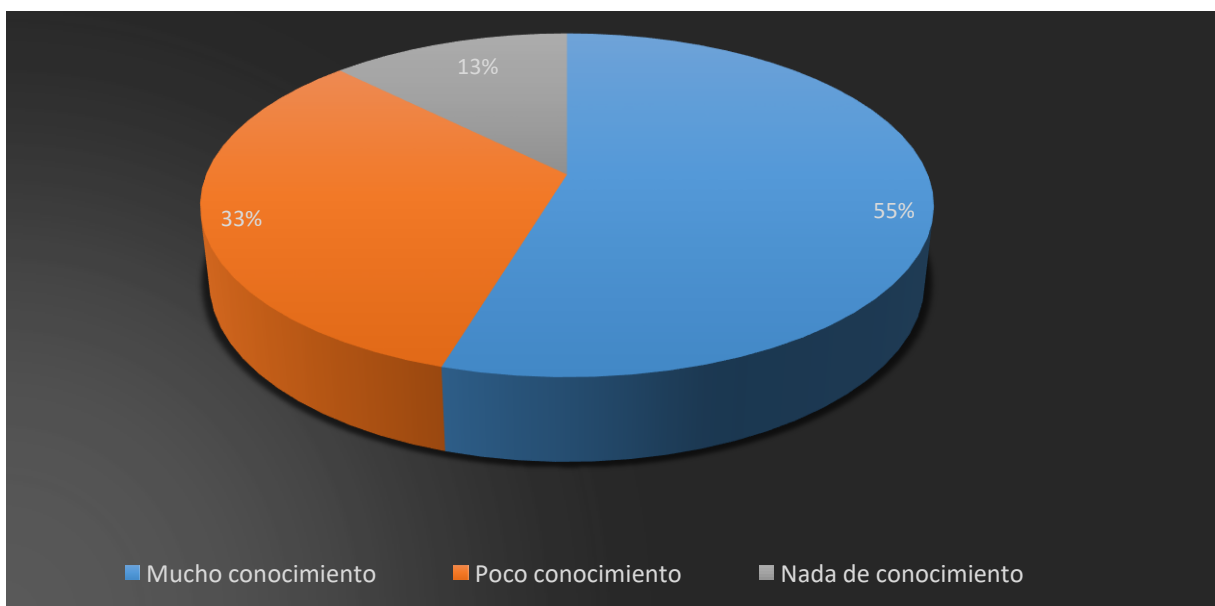
Tabla 14. La COAC Minga tiene suficientes conocimientos para responder a las preguntas del cliente

a	Mucho conocimiento	200	55%
b	Poco conocimiento	120	33%
c	Nada de conocimiento	46	13%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Gráfico 9. Resultado de Encuestas



Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Análisis e Interpretación:

El 55% de la población encuestada mencionan que los empleados de la cooperativa

de Ahorro y crédito Minga tiene mucho conocimiento para poder responder cualquier interrogante que exista, el 33% tiene poco conocimiento ayudar mientras el 13% no tiene nada de conocimiento para resolver cualquier problema que exista por ello es importante capacitar a los empleados y contratar el personal con conocimientos y capacidades que aporte a la organización.

10. ¿Los empleados de la COAC Minga comprenden las necesidades del cliente?

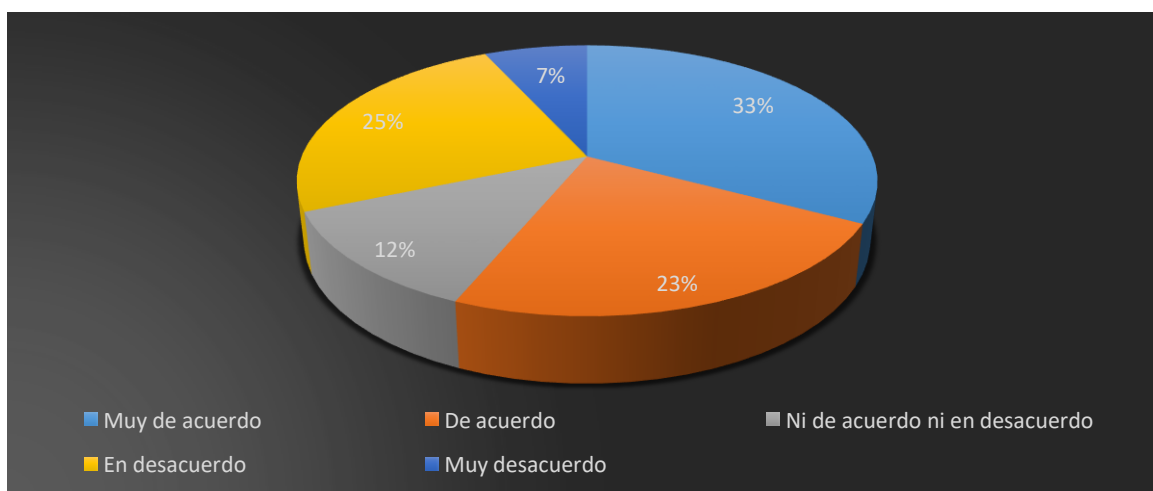
Tabla 15. La COAC Minga comprende las necesidades del cliente

a	Muy de acuerdo	120	33%
b	De acuerdo	86	23%
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	12%
d	En desacuerdo	90	25%
e	Muy desacuerdo	25	7%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Gráfico 10. Resultado de Encuestas



Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moises Mariño

Análisis e Interpretación:

En el siguiente grafico se puede observar que el 56% de la población encuestada mencionan que están de acuerdo y muy de acuerdo con que los empleados de la cooperativa de ahorro y crédito Minga comprenden las necesidades del cliente, mientras el 32% de los encuestados mencionan que están desacuerdo y muy desacuerdo que los empleados de la cooperativa comprende sus necesidades, es por esta situación que la organización debe concentrarse en conocer de manera más cercana las necesidades de los clientes.

Discusión de Resultados

Con los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga se puede determinar que la cooperativa de ahorro y crédito Minga no posee claramente las políticas ni las estrategias de calidad por lo que se detecta que no tiene una proyección clara de gestión de calidad y la satisfacción de los clientes, aunque ellos consideren que cumplen con las expectativas de los socios no tiene evidencias que están cumpliendo con cada una de ellas, también no existen mecanismos establecidos para determinar las expectativas de los socios, por ello diseñan cada uno de los servicios en función a lo que consideran los directivos administrativos sin tomar en cuenta las necesidades de los clientes, en comparación a los ejemplos que he citados en el trabajo puedo observar que las empresas mencionadas anteriormente al poner en práctica la gestión de calidad con innovación en sus servicios, reestructurando las funciones del talento humano, contratando un personal capaz de resolver problemas que se presenten y entregando un buen servicio a los clientes ha logrado mantenerse en el mercado satisfaciendo las necesidades de los clientes por esta razón conociendo la realidad de la Institución es necesario que pongan en práctica la propuesta del modelo de gestión de calidad para que puedan entregar un servicio de calidad a los socios de la Cooperativa esto permitirá a que cada uno de los clientes se sientan satisfechos.

4.3.Indicadores

4.3.1. Indicadores de gestión de calidad

Tabla 16. Indicadores Recursos Humanos

Recursos Humanos			
Razón	Formula	Aplicación	Resultado
Compression de capacitation	$CPC = \frac{\text{Capacitaciones}}{\text{total capacitaciones}} \times 100$	$x = \frac{10}{15} \times 100$	67%
Tiempo promedio de alcanzar los objetivos	$OB = \frac{\text{Objetivos alcanzados}}{\text{Total de Objetivos}} \times 100$	$x = \frac{4}{5} \times 100$	80%
Participación – aportes presentados por los trabajadores	$x = \frac{\text{No. Ideas presentados por los trabajador}}{\text{No.total de trabajadores}} \times 100$	$X = \frac{12}{18} \times 100$	67%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moisés Mariño

Análisis de los indicadores

- Con la aplicación de la formula pude conocer que las capacitaciones dentro de la cooperativa de ahorro y crédito Minga son el 67 %, con ello puedo decir que la cooperativa debe realizar más capacitaciones que le permita potenciar a los trabajadores con conocimiento que les ayudara a dar soluciones al momento de

prestar los servicios a los usuarios.

- El tiempo de promedio de alcanzar los objetivos dentro de la cooperativa al aplicar la fórmula es del 80% por ello puedo decir que los objetivos planteados dentro de la organización son alcanzados en su mayoría.
- La cooperativa de ahorro y crédito Minga permite a los trabajadores desarrollar ideas para que la organización funcione de mejor manera, de los 18 trabajadores que representa el 100%; el 67% presentan las ideas y el resto no, por ello es importante fomentar que los funcionarios aporten con ideas a la cooperativa.

Tabla 17. Indicador Sistema de Información

Sistema de Información			
Razón	Formula	Aplicación	Resultado
Mantenimiento de Equipos de Computo	$x = \frac{\text{Mantenimiento de equipos ejecutados}}{\text{total de equipos}} \times 100$	$x = \frac{15}{25} \times 100$	60%
Recuperación y protección de la información	$x = \frac{\text{informacion recuperados y protegidos}}{\text{total de informacion}} \times 100$	$x = \frac{40}{42} \times 100$	95%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moisés Mariño

Análisis de Indicadores

- El mantenimiento que realizan en los equipos de cómputo en la cooperativa es el 60% dando a conocer que con este porcentaje se entiende que la empresa no realiza el mantenimiento de sus equipos constantemente por ello es necesario que la organización esté dispuesto a realizar el total de los mantenimientos, para evitar caídas del sistema que ocasiona retrasos en los procesos.
- Dentro de la cooperativa la recuperación y protección de la información es muy importante por ello en el siguiente indicador nos da un resultado de 95% dando a conocer que la cooperativa mantiene una protección excelente de toda la información existente.

Tabla 18. Indicadores Recursos Materiales

Recursos Materiales			
Razón	Formula	Aplicación	Resultados
Plazo de Intervención de productos	$x = \frac{\text{No. Unidades o cantidad de productos despachados}}{\text{total de productos}} \times 100$	$x = \frac{30}{35} \times 100$	85%
Tasa de Utilización de un equipo o de una instalación	$x = \frac{\text{Equipos en utilizacion}}{\text{total de equipos}}$	$x = \frac{15}{25} \times 100$	60%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moisés Mariño

Análisis de los Indicadores

- Los materiales que se adquieren dentro de la cooperativa son entregados en diferentes periodos a los trabajadores, por ello se puede visualizar que el 85 % de los productos son destinados para su utilización.
- La cooperativa destina diferentes equipos y materiales a los departamentos para su utilización, pero solo el 60% de los materiales son utilizados, esto causa perdidas a la cooperativa, por ello es necesario fomentar a los trabajadores a optimizar bien los recursos entregados.

4.3.2. Indicadores de prestaciones de servicio

Tabla 19. Indicador Satisfacción de los clientes

Satisfacción de los clientes			
Razón	Formula	Aplicación	Resultados
Número de clientes satisfechos	$x = \frac{\text{No. clientes satisfechos}}{\text{No. total de clientes}} \times 100$	$x = \frac{150}{366} \times 100$	41%

Quejas y Reclamos	$x = \frac{\text{No. Quejas resueltas en los tiempos establecidos}}{\text{No. total quejas recibidas}} \times 100$	$x = \frac{40}{70} \times 100$	57%
-------------------	--	--------------------------------	-----

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moisés Mariño

Análisis de los indicadores

- Dentro de la satisfacción de los clientes puedo conocer que solo el 41% de los socios de la cooperativa está satisfecho de los servicios recibidos de la organización.
- Mientras tanto en la solución de quejas y reclamos de los socios el 57 % de cada uno de ellos son resueltos de manera efectiva es por ello que es necesario que se pueda poner más atención en este punto.

Tabla 20. Indicador Atención al cliente

Atención al cliente			
Razón	Formula	Aplicación	Resultado
Fiabilidad	$x = \frac{\text{No. de procesos que cumplen con fecha pactada a cliente}}{\text{No. total de procesos}} \times 100$	$x = \frac{18}{25} \times 100$	72%
Capacidad de Respuesta	$x = \frac{\text{No. transacciones realizadas correctamente}}{\text{numero de transacciones}} \times 100$	$x = \frac{23}{30} \times 100$	76%

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moisés Mariño

Análisis de los indicadores

- En la atención al cliente se puede observar que un 72% de los procesos con cumplidos en las fechas acordadas con el cliente por ello es necesario ir mejorando.
- En cambio, en la capacidad de respuesta las transacciones que se realizan son del 76% con ello puedo decir que su capacidad está en el promedio, pero es necesario ir perfeccionando de manera que le permita a la organización cumplir con todas las expectativas del cliente.

Tabla 21. Indicador Rendimiento

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moisés Mariño

Análisis de Indicadores

- En el rendimiento de la cooperativa la retención de los clientes muestra con el 14% de los clientes son los que se han retirado de la cooperativa Dando a conocer la organización tiene clientes fieles.
- En la retención del talento humano muestra que existe un 17 de los trabajadores que han presentado una renuncia en la cooperativa dando a conocer que la mayoría de los trabajadores les gusta el ambiente laboral por ello trabajan con dedicación.

4.4.Comparación de Hipótesis

4.4.1. Planteamiento de la Hipótesis

Hipótesis Nula (HO): la gestión de calidad no incide de manera muy significativa en la prestación de servicios a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.

Hipótesis Alternativa (H1): la gestión de calidad incide de manera muy significativa en la prestación de servicios a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.

4.4.2. Cálculo del Chi – Cuadrado

Rendimiento			
Razón	Formula	Aplicación	Resultados
Retención del cliente	$x = \frac{\text{clientes desglindados}}{\text{total de clientes}} \times 100$	$x = \frac{50}{366} \times 100$	14%
Retención del talento humano	$x = \frac{\text{No. renuncias de trabajadores}}{\text{total de tranajadores}} \times 100$	$x = \frac{10}{60} \times 100$	17%

Para la comprobación en la hipótesis se utilizó el cálculo del Chi – cuadrado de Pearson la cual es una técnica útil para la comprobación de la hipótesis relacionada con la incompatibilidad entre el conjunto de frecuencias observadas en una muestra y el conjunto de frecuencias teóricas y esperadas de la misma muestra.

Tabla de contingencia Gestión de calidad – Prestación de servicios

		Desempeño Laboral		Total	
		No	Si		
Gestión de calidad	No				
		Recuento	6	18	24
		Recuento esperado	3.9	22.2	26
		Recuento	0	15	15
	Si	Recuento esperado	2.2	12.8	15
		Recuento	6	34	40
	Recuento esperado	6,0	34,0	40,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS.

Elaborado por: Moises Mariño

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en la tabla de contingencia se ha podido identificar que no existen grandes calificaciones que lleguen afectar de gran manera la gestión de calidad y la prestación de servicios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga sin embargo existen ciertas calificaciones negativas que interfieren que las variables de estudio se ejecuten de manera adecuada.

Prueba de chi - cuadrado

	Valor	gl	Sig. Asintótica (2 caras)	Significación Exacta (2 caras)
Chi – cuadrado de Pearson	4,235 ^a	1	.040	
Corrección de continuidad	2,562	1	.109	

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	Las distribuciones de valores diferentes entre GESTION DE CALIDAD Y PRESTACION DE SERVICIOS tiene las mismas probabilidades	Prueba de McNemar para muestras relacionadas	.000 ¹	Rechace la hipótesis nula.

Razón de 6,263 1 .012

Verosimilitud

Prueba exacta de Fisher .067

Fisher

Asociación lineal por lineal 4,129 1 0.42

por lineal

- a. Casillas (50.5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,25.
- b. Solo se ha calculado para una tabla de 2x2

Fuente: Programa estadístico SPSS

Elaborado por: Moises Mariño

Resumen de contrastes de hipótesis

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significancia es .05.

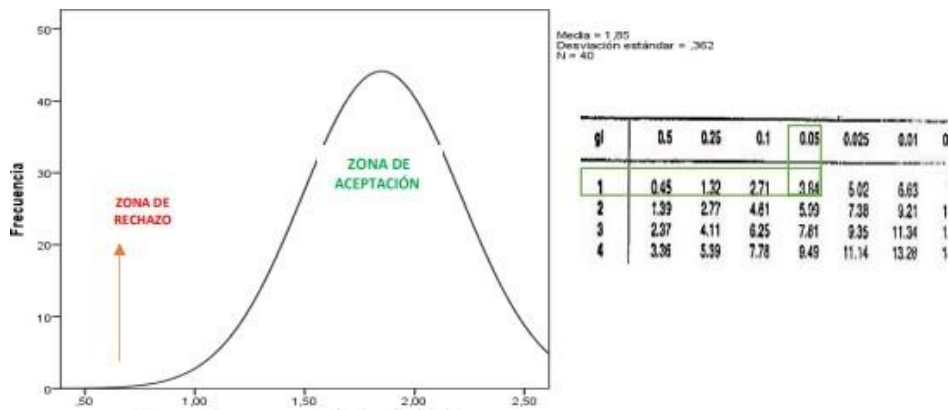
¹Se muestra la significación exacta para esta prueba

Fuente: Programa estadístico SPSS

Elaborado por: Moises Mariño

Con la utilización del programa estadístico SPSS se ha podido realizar una verificación de la hipótesis puesto que el valor de 4.325 es muy al valor X^2 3.84, por lo que se acepta la alternativa evidenciada que: La gestión de calidad incide de manera muy significativa en la prestación de servicios a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda. Dando paso a la anulación de la hipótesis nula.

Tabla de frecuencias de Chi - cuadrado



Fuente: Programa estadístico SPSS.

Elaborado por: Moises Mariño

Por medio de la prueba de Chi - cuadrado se puede evidenciar que se rechaza la hipótesis nula y se aprueba de la hipótesis específica por ello se puede considerar que la gestión de calidad incide en la prestación de los servicios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga.

Conclusión

- Al realizar el diagnóstico de la cooperativa de ahorro y crédito Minga se pudo observar que es una institución que actualmente no posee políticas y estrategias de calidad lo que implica que no existe un proyecto claro para la gestión de calidad en la prestación de servicios además la organización no cuenta con los mecanismos óptimos para evaluar la satisfacción de los trabajadores y los clientes.
- Se pudo identificar algunos factores que influye en la calidad de prestación de servicios que otorga la cooperativa hacia los clientes ya que los trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito Minga antes de formar parte de la organización no han pasado un proceso de reclutamiento del personal que permita conocer sus aptitudes y destrezas para que puedan ocupar los vacantes por ello ha incidido de manera negativa en la prestación de servicios ya que cuando se presenta algún problema a los socios les hace difícil a los trabajadores ayudar a resolver dicho percance.
- El modelo propuesto para la gestión de calidad en la cooperativa de ahorro y crédito Minga se sustenta en la trilogía de gestión de calidad de Juran que menciona en su concepto tres etapas fundamentales como son la planificación, control y mejora de calidad sin embargo se añade la fase de diagnóstico donde ese pueda conocer las principales insuficiencias que ocurre en la satisfacción de los clientes y gestión de calidad.

Recomendaciones

- Es recomendable que la Cooperativa Minga comience a implementar el modelo propuesto para la gestión de calidad, sus fases y acciones de manera que la organización cuente con información relevante para la toma de decisiones generales en función de la satisfacción de los clientes y con ello poder brindar un servicio de calidad a cada uno de los socios de esta manera podrá cumplir con las expectativas de los clientes.
- Al conocer de manera más cercana los factores que influyen en la calidad de prestación de servicios, la cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda. debe desarrollar un proceso de reclutamiento profundo para conocer la habilidades y aptitudes que tengan los postulantes para el diferente puesto de trabajo y con ello poder conocer de manera cercana el desenvolvimiento de cada uno de ellos por ello es necesario aplicar el modelo de gestión recomendado.
- Es muy necesario que la implementación del modelo de gestión de calidad sea basada en la trilogía de Juran donde especifica que debe comenzar desde una planificación, control y mejoramiento de la calidad esto permitirá a la organización resolver cualquier problema que se presente.

PROPUESTA DE MODELO DE GESTIÓN

MODELO PARA LA GESTION DE CALIDAD DE PRESTACION DE SERVICIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MINGA LTDA. RIOBAMBA

En este capítulo se va desarrollar el modelo de gestión de calidad que se propondrá para una posible aplicación en la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda. Con la finalidad de superar las fallas existentes en la gestión de calidad de prestación de servicios de esta organización.

Propuesta de modelo de gestión de calidad de prestación de servicios

A continuación se va describir de manera rápida algunos conceptos de diferentes autores a cercado de que es uno modelo.

Según Moreira (2017) menciona que un modelo es una deducción mediante las cuales se constituyen situaciones concretos en el mundo ya sea imaginario o sea real donde lo principal es la evaluación de la validez del razonamiento.

Mientras que Fuentes (2019) comenta que el manual es una representación dela realidad mediante una explicación profunda de diferentes realidades que se pueden convertirse en referencia o patrón.

Por ello para una investigación se asume que el concepto de modelo se representa como características que se asemejan a la realidad es decir que el modelo que se va a proponer para la gestión de calidad en prestación de servicios de la cooperativa de ahorro y crédito Minga representa de manera muy significativo las funciones de la gestión de calidad para la organización de servicio.

- Premisas del modelo

Para poder desarrollar este modelo de gestión de calidad se debe partir de tres procesos básicos como son la planificación, control y mejorar de calidad por ello es necesario realizar un diagnóstico previo a la planificación para poder conocer cuáles son las falencias que tiene la cooperativa referente a la gestión de calidad.

1) Diagnóstico de la calidad

En este proceso se puede conocer las falencias o insuficiencias en la calidad de los servicios prestados y la satisfacción de los socios ya sean internos y externos por ello el proceso incluye los siguientes aspectos importantes como a continuación se detalla:

- a) Determinar el ciclo del servicio
- b) Definir los momentos críticos
- c) Evaluar la satisfacción de los clientes internos
- d) Evaluar la satisfacción de los clientes externos

2) Planificación de la calidad

En el siguiente proceso se determina los objetivos de la calidad y las características que debe cumplir el producto o servicio para la satisfacer las demandas de los clientes por ello en este punto se incluye los siguientes pasos.

- a) Identificar a los clientes
- b) Determinar todas las necesidades de los clientes
- c) Traducir cada una de las necesidades del cliente en el productos o servicios
- d) Fijar las características del producto
- e) Determinar características de los procesos

3) Control de calidad

En este punto de este proceso tiene la finalidad de comprobar el cumplimiento de cada uno de los estándares de calidad, conociendo de manea cercana el desempeño real y compararlo con cada uno d los estándares establecidos es por ello que en el control de calidad tener en cuenta cada uno de los siguientes elementos.

- a) Seleccionar los elementos a controlar
- b) Determinar los estándares que servirá de patrón para la comparación
- c) Definir los mecanismos de control
- d) Medir cada uno de los desempeños de los indicadores
- e) Evidenciar las discrepancias entre el desempeño y los estándares

4) Mejora de la calidad

El mejoramiento de la calidad incluye en elevar los estándares de desempeño de la organización por ello en esta etapa se incluye las siguientes acciones.

- a) Diseño de nuevos procesos
- b) Diseño de nuevos productos
- c) Rediseñar los productos existentes en la cooperativa
- d) Rediseñar los procesos existentes en la cooperativa

Dentro de esto existen dos modalidades de mejorar la calidad las cuales dependen mucho de la capacidad financiera que tenga la organización, es decir si posee los recursos necesarios para desarrollar los programas de mejoras.

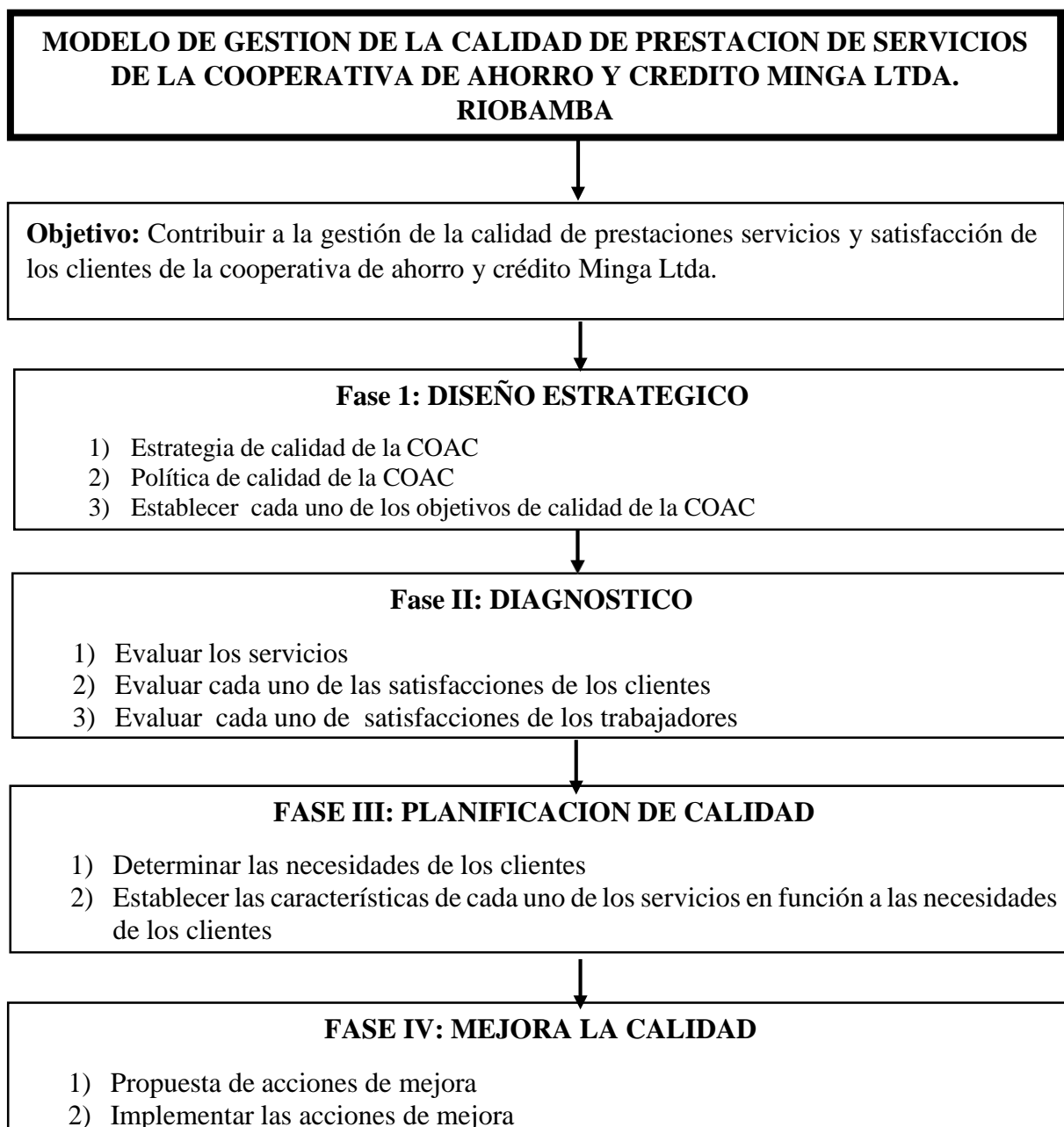
- **Tipos de mejoras de calidad existentes**

Mejora continua: es un proceso que se realiza de manera sistemática para con ello poder incrementar los estándares de calidad, ya que este proceso ayuda a amentar la satisfacción de los clientes de la organización, para poder cumplir con este tipo de mejorar se debe seguir los siguientes pasos.

- a) Identificar las áreas de mejora
- b) Determinar cada uno de los objetivos de mejora
- c) Propuesta de solución a las deficiencias que se han detectado en el diagnostico
- d) Implementar las acciones pertinentes
- e) Verificar cual es el impacto de las acciones que se han propuestos
- f) Redefinir las nuevas acciones de mejorar

Reingeniería: este es u proceso de reestructuración y de un rediseño radical de los cada uno de los productos y procesos de la organización con el objetivo de lograr resultados superiores en el desempeño por ello es que este tipo de mejorar necesita importantes recursos materiales y financieros que garantice la transformación radical de la organización.

- Estructura de modelo



Desarrollo del modelo de gestión de calidad de los servicios para la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.

- **Fase I. Diseño Estratégico**

1) Estrategia de calidad de la COAC

En el análisis realizado se puede identificar que la cooperativa de ahorro y crédito Minga no posee una estrategia de calidad por lo que uno de los elementos más importantes de esta fase es el diseño de la estrategia.

2) Política de calidad de la COAC

La política de calidad es un punto muy importante ya que define de manera positiva las metas y líneas de acción de las organizaciones con respecto a la calidad de los productos o servicios es por ello que la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda. No posee política de calidad establecida y divulgada.

A continuación se puede presentar algún punto importante que se debe cumplir para la política de calidad.

- Las políticas se deben ajustar a la finalidad y las características de la COAC
- Dentro de su filosofía se debe incluir la mejora continua de los estándares de calidad.
- Las políticas debe servir de base para definir los objetivos de calidad
- Debe actualizarse constantemente
- Debe responder a las necesidades de los clientes o socios.

La política de calidad debe incluir según la norma ISO 9001:2015, lo siguiente:

- ¿Qué hacemos?
- ¿Cuáles son nuestros productos o servicios?
- ¿cuáles son los clientes ideales?
- ¿Qué necesidades de los clientes podemos cubrir?
- ¿Qué nos diferencian de nuestros clientes?
- ¿Cuáles son las expectativas del futuro de la empresa?

3) Objetivos de calidad de La COAC

Los objetivos de la calidad construyen los límites y metas que se propone la COAC en término de calidad de servicio y satisfacción de los clientes. Se establece por la máxima dirección de la organización ya este debe estar relacionado de manera directa con la política de calidad de la cooperativa por ello cada uno de los objetivos deben cumplir con algunos requisitos necesarios.

- Debe estar relacionadas directamente con la política de calidad de la COAC
- Cada uno de los objetivos deben ser medibles y aplicables
- También debe Contribuir al logro de elevados estándares de calidad de cada uno de los servicios que presta la COAC.
- Los objetivos deben ser sometidos a procesos de seguimiento para ver su cumplimiento.
- También deben ser comunicados a cada uno de los miembros que conforman la organización.

Por esta razón es importante tomar en cuenta que los objetivos de la calidad deben elaborarse y actualizarse al menos dos veces al año tomando en cuenta las necesidades de los socios o clientes de la COAC.

- **Fase II. Diagnostico**

1. Evaluación de cada uno de los servicios

En este punto es importante incluir un grupo de instrumentos para que se puede evaluar de manera precisa la gestión de los servicios de la COAC.

Ciclos de los servicios

El ciclo de los servicios es una instrumento que exponer de manera clara y precisa cada uno de las actividades que realiza el socio para recibir los servicios de la COAC. Es decir que es el proceso que el cliente pasa para poder satisfacer sus necesidades y esto concluye cuando el socio recibe los servicios de la COAC.

Momento preciso

Son cada uno de los momentos en las cuales el socio entra en contacto directo con cada uno de los elementos de la organización para acoger los servicios, cada recalcar que este momento es muy importante para la cooperativa ya que si el cliente está recibiendo un excelente servicio solo basta una inconveniencia negativa para que afecte negativamente a la imagen de la COAC.

2. E valuar la satisfacción del cliente

Para realizar una evaluación hacia los clientes se tomara en cuenta el mismo cuestionario que se empleó en el diagnóstico.

Cuestionario.

1.- ¿La COAC Minga tiene las instalaciones físicas y equipos de apariencia moderna?

- a. Muy acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

2.- ¿Los elementos materiales relacionados con el servicio (Folletos, estados de cuenta, etc.) son visualmente atractivo?

- a. Muy acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

3.- ¿Lo que la COAC Minga promete a sus socios lo cumple en el tiempo estipulado?

- a. Muy Frecuentemente
- b. Frecuentemente
- c. Ni frecuente, Ni poco frecuente
- d. Poco Frecuente
- e. Nada frecuente

4.- ¿Cuando el cliente tiene un problema, la COAC Minga muestra un sincero interés en solucionarlo?

- a. Siempre
- b. Casi frecuente
- c. Frecuentemente
- d. A veces
- e. Nunca

5.- ¿Los empleados de la COAC Minga ofrece un servicio rápido a sus clientes?

- a. Siempre
- b. Casi frecuente
- c. Frecuentemente
- d. A veces
- e. Nunca

6.- ¿Los empleados de la COAC Minga siempre están dispuesto en ayudar?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Frecuentemente
- d. A veces
- e. Nunca

7.- ¿Los empleados de la COAC Minga transmiten confianza al cliente?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Frecuentemente
- d. A veces
- e. Nunca

8.- ¿Los empleados de la COAC Minga siempre son amables con los clientes?

- a. Muy acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

9.- ¿Los empleados de la COAC Minga tiene suficientes conocimientos para responder a las preguntas del cliente?

- a. Mucho conocimiento
- b. Poco conocimiento
- c. Nada de conocimiento

10.- ¿Los empleados de la COAC Minga comprenden las necesidades del cliente?

- a. Muy acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

Este instrumento es importante que se aplique periódicamente de manera precisa para con ello poder obtener la información necesaria sobre la satisfacción de los clientes de la cooperativa y con esto poder tomar decisiones para elevar cada uno de los estándares de calidad.

3 Evaluación de la satisfacción de los trabajadores

Para una buena evaluación de la satisfacción de los trabajadores se proponer aplicar el siguiente cuestionario que a continuación se va a presentar donde se podrá conocer de manera cercada cada uno de sus opiniones.

Ítem	MA	DA	AD	BD	MD
1. ¿Para usted el trabajo que realiza en este momento es interesante?					
2. ¿El trabajo que usted está desarrollando en estos momentos es acorde a su preparación?					
3. ¿El trabajo que usted está realizando corresponde a la experiencia que tiene?					
4. ¿Dentro de puesto en el que está trabajando le obliga a superarse?					
5. ¿Usted se siente orgulloso /a de su trabajo?					
6. ¿El área en donde se desenvuelve es adecuado para su trabajo?					
7. ¿En el área de su trabajo está expuesta a algún peligro o riesgo?					
8. ¿Usted cree que cuenta con las tecnologías necesarias para realizar sus funciones?					
9. ¿Sus jefes buscan manera más precisa de mejorar las condiciones del trabajo?					
10. ¿Siente que su remuneración salarial es acorde con el trabajo que está realizando?					
11. ¿Con el salario que en estos momentos está percibiendo satisface las necesidades personales y familiares?					
12. ¿Para usted es justo el salario que está percibiendo en comparación a los demás?					
13. ¿Si usted realiza una labor destacado es reconocido de forma individual?					
14. ¿Si usted presenta algún problema sus jefes están dispuesto en ayudar?					
15. ¿Usted mantiene una relación buena con cada uno de sus compañeros de trabajo?					
16. ¿Dentro de su área de trabajo usted es motivado para aportar con criterios y opiniones?					
17. ¿Cuándo usted aporta con algún criterio son tomados en cuenta para tomar alguna decisión?					
18. ¿Se siente parte fundamental de los resultados que obtiene la organización?					
19. ¿Usted como funcionario de la entidad conocer la misión y visión de					

la organización?					
20. ¿Usted conocer cada uno de los objetivos de trabajo?					
21. ¿Si existe algún problema su jefe le exige que le comunique de inmediato?					
22. ¿Usted tiene una buena relación con su jefe?					
23. ¿Usted considera que su jefe es un ejemplo positivo a seguir?					
24. ¿Usted cuando estaría dispuesto a trabajar fuera de su horario de trabajo para ayudar a su jefe?					

Fase III. Planificación de la calidad

1. determinar cada uno de las necesidades del cliente

Para conocer las necesidades del cliente es necesario aplicar el cuestionario en donde debe estar incluido cada uno de los aspectos más importantes que este relacionado con el servicio que presta la COAC.

2. Establecer cada una de las características de los servicios tomando en cuenta as necesidades del cliente

Cuando ya se haya identificado cada uno de las necesidades de los clientes es muy importante incorporar esas necesidades en las características de los servicios de la organización.

Fase IV. Mejora de la calidad

1. Propuesta de acciones de mejora

Una vez realizado el diagnóstico es importante proponer un plan de mejorar en el cual esto ayudara de mejor manera a solucionar cualquier deficiencia que se haya detectado en el ciclo de servicio con ello poder aumentar la calidad de satisfacción de los clientes o socios de la cooperativa es por ello que el plan de mejora debe contener los siguientes elementos importantes.

- a) Identificar todas las áreas a mejorar: tomando en cuenta las insuficiencias principales encontradas en el diagnostico
- b) Definir todas las acciones de mejorar: Es necesario definir en función a las deficiencias detectadas en el diagnóstico.

c) Seleccionar principalmente las acciones prioritarias: es necesario que se debe tomar en cuenta aquellas acciones que ayuden a eliminar a las insuficiencias que mayor incidencia tiene en la satisfacción del cliente.

2. Implementación de las acciones de mejoras

Es importante definir las acciones más importantes y con ello implementarlas a medida que la organización disponga sus recursos financieros y materiales

APLICACIÓN DE ALGUNAS ACCIONES PORPUESTAS EN EL MODELO

FASE 1. DISEÑO ESTRATEGICO

1. Estrategia de calidad de La cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.

Para un buen diseño de la estrategia de calidad es muy importante analizar de manera profunda la misión y visión de la cooperativa lo cual a continuación se detalla.

Misión:

La COAC Minga Ltda. Es una entidad del sector financiero de la economía solidaria y popular que difunde, fortalece, promueve y financia a través de recursos financieros, tecnológicos, humanos identificados y comprometidos con la ayuda mutua y solidaria, ayuda a mejorar la calidad de vida de los socios y la comunidad, fortaleciendo la cultura de ahorro y facilitando al acceso al crédito.

Visión:

En el año 2021 la COAC Minga Ltda., será una organización del sector financiero de la economía popular y solidaria liderar el mercado cooperativo con un compromiso con el mejoramiento de las condiciones y calidad de la vida de los socios y asociados, las familias y nuestras comunidades en general, con un capital humano identificado con grandes valores y principios cooperativos y en continuo aprendizaje con gran responsabilidad social.

Como se puede apreciar en la misión y visión de la organización no menciona los elementos que esté relacionado con la calidad de servicios que prestan por lo consiguiente se propone la siguiente estrategia de calidad.

“La cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda. Garantiza los servicios de los socios con elevados estándares de calidad y satisfacción de los clientes, de esta manera se convierte en una institución de la economía social y solidaria competitiva en excelencia.

Tomando en cuenta la estrategia de calidad propuesta se define la misión y visión de la COAC.

Misión.

La COAC Minga Ltda. Es una entidad del sector financiero de la economía solidaria y popular que difunde, fortalece, promueve y financia a través de recursos financieros, tecnológicos, humanos identificados y comprometidos con la ayuda mutua y solidaria, ofreciendo de mejorar la calidad los servicios a los socios y la comunidad, fortaleciendo la cultura de ahorro y facilitando al acceso al crédito.

Visión:

En el año 2021 la COAC Minga Ltda., será una organización del sector financiero de la economía popular y solidaria, liderar el mercado cooperativo con un compromiso con el mejoramiento de los servicios de calidad para los socios y asociados, las familias y nuestras comunidades en general, con un capital humano identificado con grandes valores y principios cooperativos y en continuo aprendizaje con gran responsabilidad social.

2. Políticas de calidad de la COAC

La cooperativa de Ahorro y crédito Minga Ltda. Brinda los siguientes servicios.

- Cuentas de Ahorro
- Minga mirak
- Minga ahorro
- Mi organización
- Credi móvil
- Minga roles
- Microcrédito
- Gestión de cobros

La cooperativa se compromete a sus socios a:

- Entregar servicios de excelencia
- Cumplir con las expectativas del cliente
- Alta calidad en la atención al cliente
- Responsables en los servicios brindados
- Rapidez en los servicios brindados
- Disponer con la infraestructura de acuerdo a las necesidades de los socios

3. Objetivos de calidad de la cooperativa de ahorro y crédito Minga.
 - a) Alcanzar y mantener un crecimiento sostenido en el mercado tomando en cuenta en los elevados estándares de calidad.
 - b) Incrementar de manera continua la fidelidad de los socios satisfaciendo las necesidades del cliente
 - c) Fomentar en el crecimiento de los socios mediante un correcta orientación hacia las expectativas de los clientes.
 - d) Incrementar la cartera de productos y servicios que presta la cooperativa de ahorro y crédito Minga en función a satisfacer las demandas del recurso financieros de la población.

- **Fase II. Diagnostico**

1. Evaluación de los servicios

Ciclo de los servicios

En este punto se realizar esta técnica para cada uno de los servicios que presta la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.

Servicio de Minga ahorro depósito y retiro

El cliente debe realizar algunas actividades para realizar ya sea un retiro o un depósito desde el momento que entra al establecimiento hasta retirarse de mismo por ello a continuación voy a presentar 6 momentos específicos del proceso del servicio.

Momento 1. El cliente ingresa a la COAC

Momento 2. El cliente llena la papeleta ya sea depósito o de retiro

Momento 3. El cliente se coloca en la fila para ser atendido

Momento 4. El cliente pasa a la ventanilla

Momento 5. El cliente realiza la transacción

Momento 6. El cliente sale de la COAC.

Estos son los momentos más importantes por el cual el cliente transita durante el proceso de servicio, por ello es muy necesario saber cuáles son los posibles errores que pueden influir directamente en la satisfacción del cliente.

Tabla 23. Aspectos críticos de los momentos precisos

Momento	Aspecto críticos
Momento 1. El cliente ingresa a la COAC	El personal de la seguridad debe ser cortés y amable con el cliente.
Momento 2. El cliente llena la papeleta ya sea de depósito o retiro	Para la transacción es necesario que exista las papeletas de depósito y retiro y lugares libre para apoyar y un esfero para llenar
Momento3. El cliente se coloca en la fila para ser atendido	Cuando hay muchas personas el cliente debe esperar para ser atendido
Momento4. El cliente pasa para la ventanilla	Cuando se acerque el cliente a la ventanilla siempre el cajero/a debe ser cortés y amable con el cliente.
Momento 5. El cliente realiza la transacciones	Cuando el cliente realiza las transacciones es importante que el cliente sea atendido de manera precisa y deben entregar la información necesaria al cliente.
Momento 6. El cliente sale de la COAC	Cuando el cliente decida ya retirarse de la entidad el personal de seguridad debe despedirlo amablemente.

Fuente: Coac Minga

Elaborado por: Moisés Mariño

Cada uno de los aspectos críticos en el servicio Minga ahorro son los que deben ser gestionados en la COAC para con ello poder satisfacer las necesidades del cliente.

2. Satisfacción de los trabajadores

Para poder conocer de mejor manera la satisfacción de los trabajadores es importante aplicar el cuestionario utilizando el modelo Servqual a los 15 trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito Minga Ltda.

A continuación se va dar a conocer los 6 elementos más importantes que influyen en la satisfacción de los trabajadores.

- **Trabajo**

Tabla 24. . Resultado de las preguntas

Ítem	MA	DA	AD	BD	MD
1. ¿Para usted el trabajo que realiza en este momento es interesante?	10	5			
2. ¿El trabajo que usted está desarrollando en estos momentos es acorde a su preparación?	7	2	3	3	
3. ¿El trabajo que usted está realizando corresponde a la experiencia que tiene?	8	2	2	3	
4. ¿Dentro de puesto en el que está trabajando le obliga a superarse?	12	3			
5. ¿Usted se siente orgulloso /a de su trabajo?	14	1			

Elaborado: Moisés Mariño

De acuerdo a los resultados puedo decir que los trabajadores de la COAC están satisfecho de su trabajo, pero los puntos con peor calificación son la preparación profesional de cada uno de ellos con el trabajo que realizan y el trabajo que realiza corresponde a si experiencia.

- **Condiciones Laborales**

Tabla 25. Resultado de las preguntas

Ítem	MA	DA	AD	BD	MD
1. ¿El área en donde se desenvuelve es adecuado para su trabajo?	7	5	3		
2. ¿En el área de su trabajo está expuesta a algún peligro o riesgo?	6	8	1		
3. ¿Usted cree que cuenta con las tecnologías necesarias para realizar sus funciones?	7	7	1		
4. ¿Sus jefes buscan manera más precisa de mejorar las condiciones del trabajo?	5	8	2		

Elaborado por: Moisés Mariño

Es verdad que los trabajadores están satisfechos con sus trabajos pero ellos consideran que está expuesto a riesgos de trabajo tanto ellos y sus compañeros a demás mencionan que sus jefes no muestran una preocupación verdadera en mejorar sus condiciones de trabajo.

- **Salario**

Tabla 26. Resultado de las preguntas

Ítem	MA	DA	AD	BD	MD
1. ¿Siente que su remuneración salarial es acorde con el trabajo que está realizando?	2	5	3	5	
2. ¿Con el salario que en estos momentos está percibiendo satisface las necesidades personales y familiares?	3	5	4	3	
3. ¿Para usted es justo el salario que está percibiendo en comparación a los demás?	1	5	5	4	

Elaborado por: Moisés Mariño

En este punto los trabajadores están en total desacuerdo con el salario que están percibiendo ya que menciona que su salario no es acorde con el trabajo que realizan, ya que el monto no satisface las necesidades básica y no les parece justo con los salarios que otros funcionario perciben.

- **Tratos y relaciones**

Tabla 27. Resultado de las preguntas

Ítem	MA	DA	AD	BD	MD
1. ¿Si usted realiza una labor destacado es reconocido de forma individual?	2	6	5	2	
2. ¿Si usted presenta algún problema sus jefes están dispuesto en ayudar?	3	7	3	2	
3. ¿Usted mantiene una relación buena con cada uno de sus compañeros de trabajo?	7	6	2		

Elaborado: Moisés Mariño

En este caso cada uno de los trabajadores está satisfechos con las variables relaciones y tratos pero en cambio mencionan que no siempre son reconocidos cuando desarrollan algún trabajo destacado y también cuando tiene problemas muchas veces no se preocupan por ello y sus problemas.

- **Participación en la toma de decisiones**

Tabla 28. Resultado de las preguntas

Ítem	MA	DA	AD	BD	MD
1. ¿Dentro de su área de trabajo usted es motivado para aportar con criterios y opiniones?	5	8	2		
2. ¿Cuándo usted aporta con algún criterio son tomados en cuenta para tomar alguna decisión?	3	5	7		
3. ¿Se siente parte fundamental de los resultados que obtiene la organización?	8	5	2		

Elaborado por: Moisés Mariño

En el siguiente punto cada uno de los trabajadores valoran positiva cada una de sus participaciones en la toma de decisiones, y una cantidad muy significativo menciona que también son muy bien valorados pero el 50% de los trabajadores comentan que no toman en cuenta sus criterios en las tomas de decisiones.

- **Comunicación**

Tabla 29. Resultado de las preguntas

Ítem	MA	DA	AD	BD	MD
1. ¿Usted como funcionario de la entidad conocer la misión y visión de la organización?	10	3	2		
2. ¿Usted conocer cada uno de los objetivos de trabajo?	9	4		1	
3. ¿Si existe algún problema su jefe le exige que le comunique de inmediato?	11	2	2		

Elaborado por: Moises Mariño

Los trabajadores están completamente de acuerdo con cada una de las variables como es conocer la visión y misión, conocer los objetivos ya que cada uno de los ítems es valorado de manera positiva.

- **Liderazgo**

Tabla 30. Resultado de las preguntas

25. ¿Usted tiene una buena relación con su jefe?					
26. ¿Usted considera que su jefe es un ejemplo positivo a seguir?					
27. ¿Usted cuando estaría dispuesto a trabajar fuera de su horario de trabajo para ayudar a su jefe?					

Elaborado por: Moises Mariño

Los trabajadores están completamente de acuerdo con el variable de liderazgo pero cuando se trata de trabajar unas horas más por ayudar a su jefe no están dispuesto ya que tienen otras responsabilidades.

Fase IV. Mejora la calidad

Propuesta de acciones de mejora

En este punto es necesario proponer acciones para la eliminación de las insuficientes encontradas en el diagnóstico, en este punto se refiere a los problemas encontrados en la evaluación de la satisfacción a los clientes.

Tabla 31: Propuesta de mejoras en la satisfacción de los clientes

Problemas identificados en el diagnostico	Acciones de mejora	Fecha de ejecución
Una cantidad muy significativo de los socios y clientes consideran que la cooperativa de ahorro y crédito Minga no cumple con lo prometido	Restaurar cada uno de los mecanismos de publicidad de la cooperativa en cuestión a los servicios reales que se puede brindar.	Enero/2022
Un porcentaje muy significativo de los socios menciona que la cooperativa no siempre se esfuerza por solucionar problemas de los socios	Desarrollar un sistema de atención al cliente que este destinado a solucionar problemas que presenten los clientes.	Marzo/2022
No existe de manera clara	Diseñar y crear un libro o	Enero/2022

los registros de los fallos y errores que comenten los empleados en la prestación de los servicios.	un sistema de registro de quejas y fallos como mecanismo de retroalimentación.	
---	--	--

Elaborado por: Moisés Mariño

Con el ejemplo realizado se culmina la aplicación parcial de cada uno de los elementos que conforman cada uno de las fases del modelo de gestión de calidad propuesto para la cooperativa de ahorro y crédito Minga.

Bibliografía

Mendoza, P. (2018). *Gestión de calidad*. Santander: Universidad de Cantabria.

Macías, G. (2018). *Análisis de la calidad del servicio de la cooperativa d ahorro y crédito15 de abril de la parroquia Manta*, Universidad laica Eloy Alfaro, Manta, Manabí, Ecuador.

Cupueran, B. (2017). *La gestión de calidad en la mejora de los procesos del área administrativa de la coop. Ahorro y crédito “bola amarilla”*, Universidad técnica del norte, Ibarra, Ecuador.

Huilcarema, P. (2017). *Modelo de gestión de calidad del servicio de la agencia condamine de la cooperativa de ahorro y crédito “Fernando Daquilema” Ltda.* Universidad tecnológica Indoamericana, Ambato, Ecuador.

Arias, P. (2019). *Definición de gestión de calidad*. Revista científica dominio de las ciencias 4(2), 239.245.

Rodríguez, T, & López, J. (2015). *Definición de autores de gestión de calidad*. Uwiener,Lima, Perú.

Huilcarema, P, (2018). *Importancia de la gestión de calidad*. Universidad Tecnológica Indoamericana, Ambato, Ecuador.

Gómez, E, (2016). *Importancia la gestión de calidad*. Universidad Tecnológica Indoamericana, Ambato, Ecuador.

Huilcarema, P, (2018). *Beneficios de la gestión de calidad*. Universidad Tecnológica Indoamericana, Ambato, Ecuador.

Bussines (2019). *Definición de servicio al cliente*. Business Marketing school, comercial y ventas, New york, Estados Unidos.

Gómez, T, (2016). *Definición de varios autores servicio al cliente*, Revista científica dominio de las ciencias 4(1), 23.24.

Joabar, P, (2018). *Importancia del servicio al cliente*, Revista Científica Dominio, 3(4), 220-232.

Pereira, J, (2017). *Elementos básicos al momento de prestar un servicio*, Panamericana editorial Ltda. Bogotá, Colombia.

Serna, M, (2018). *Características del servicio*, Panamericana editorial Ltda. Bogotá, Colombia.

Rodríguez, & Pérez, (2018) *tipos de prestación de servicios*. Revista Escuela de Administración de Negocios (82), 1- 26.

Pérez-López, R., Morales Sánchez, V., Anguera, M., & Hernández Mendo, A (2015). *Hacia la calidad de servicio emocional en organizaciones deportivas orientadas a la población infantil: un análisis cualitativo*.

Pérez-López, R., Morales Sánchez, V., Anguera, M., & Hernández Mendo, A. (2015). *Hacia la calidad de servicio emocional en organizaciones deportivas orientadas a la población infantil: un análisis cualitativo*.

Raviolo, A., Ramírez, P., & López, E. A. (2010). *Enseñanza y aprendizaje del concepto de modelo científico a través de analogías*. Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias, 7(3).

Rodríguez, D. A., Burgos, M., Domínguez, G. G., Corona, M. G., & Silva, F. B. (2015). *Análisis de la Gestión de Calidad en los procesos Librería-Biblioteca UACJ*. NovaRua, 2(3).

Rubiano, M. G., & Aponte, C. F. (2016). *Calidad de vida laboral y la disposición al cambio organizacional en funcionarios de empresas de la ciudad de Bogotá-Colombia/Quality of life at work and willingness toward organizational change in*

officers of companies in the city of Bogotá–Colombia. *Acta Colombiana de Psicología*, 19(1).

Sánchez-Ollero, J. L., García-Pozo, A., & Marchante-Mera, A. J. (2014). Análisis de la incidencia de las certificaciones de calidad sobre la productividad de los hoteles en Andalucía/Analysis of the impact of quality certifications on productivity of Andalusian hotels. *Universia Business Review*, (44), 88.

Villaquirán, V. A., & Nieto, Y. O. (2016). Sistema de gestión de calidad, factor importante para el desarrollo laboral del colaborador de Unisalud Palmira. *Colección Académica de Ciencias Estratégicas*, 3(1), 41-60.

Weiermair, K. (2015). Calidad del servicio y su gestión en las empresas turísticas. *Papers de Turisme*, (20), 52-68.

Kuhn, T.S. (1972). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Lakatos, I. (1983). *La metodología de los programas de investigación científica*. Madrid: Alianza.

López, A. G. (2014). *Conceptos de Calidad, Idoneidad y Seguridad en el Nuevo Estatuto del Consumidor*, *Los. Con-texto*, 42, 55. 99

Martínez, J. M. S. (2014). *Sistema de gestión de calidad para una empresa cerámica de acuerdo con la norma ISO 9001: 2000* (Doctoral dissertation)

Anexos

Anexo I: Operacionalización De Las Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de calidad

Tabla 32. Variable de Gestión de Calidad

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Según Arias (2019) menciona que la gestión de calidad implica en la comprensión e introducción de un conjunto de principios de gestión donde los principios fundamentales de la gestión de calidad son enfoque sobre los consumidores o clientes que permitirá manejar de mejor manera los recursos humanos, el sistema de información y los recursos materiales para otorgar un servicio de calidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos Humanos ❖ Sistema de Información ✓ Recursos materiales 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensión de capacitación • Tiempo promedio de alcanzar los objetivos • Participación – aportes presentados por los trabajadores ❖ Mantenimiento de equipos de computo ❖ Recuperación y protección de la información ✓ Plazo de intervención ✓ Tasa de utilización de un equipo o de una instalación 	<p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Encuesta <p>Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guía de Entrevista • Cuestionario

Elaborado por: Moises Mariño

Fuente: Elaboración Propia

VARIABLE DEPENDIENTE: Prestación de Servicios

Tabla 33. Variables de Prestación de Servicios

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Según Gonzales (2017) menciona que la prestación de servicio viene encaminado a mejorar las experiencias que tiene el cliente cuando se relaciona con la empresa ya que la organización debe concentrarse y conocer las necesidades, expectativas y percepciones que el cliente o socio tiene antes, durante y después de la adquisición del servicio o producto con ello puedan satisfacer la necesidades del cliente, mejorando de manera muy significativo la atención al cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción del cliente ✓ Atención al cliente ❖ Rendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de clientes satisfechos • Quejas y reclamos ✓ Fiabilidad ✓ Capacidad de respuesta ❖ Retención al cliente ❖ Retención de talento 	<p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Encuestas <p>Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guía de Entrevista • Cuestionario

Elaborado por: Moises Mariño

Anexo: 2 Cuestionario de Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
ENCUESTA

Objetivo: Determinar el grado de incidencia de la gestión de calidad en la prestación de Servicios a los socios en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.

1.- ¿La COAC Minga tiene las instalaciones físicas y equipos de apariencia moderna?

- a. Muy acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

2.- ¿Los elementos materiales relacionados con el servicio (Folletos, estados de cuenta, etc.) son visualmente atractivo?

- a. Muy acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

3.- ¿Lo que la COAC Minga promete a sus socios lo cumple en el tiempo estipulado?

- a. Muy Frecuentemente
- b. Frecuentemente
- c. Ni frecuente, Ni poco frecuente
- d. Poco Frecuente
- e. Nada frecuente

4.- ¿Cuando el cliente tiene un problema, la COAC Minga muestra un sincero interés en solucionarlo?

- a. Siempre
- b. Casi frecuente

- c. Frecuentemente
- d. A veces
- e. Nunca

5.- ¿Los empleados de la COAC Minga ofrece un servicio rápido a sus clientes?

- a. Siempre
- b. Casi frecuente
- c. Frecuentemente
- d. A veces
- e. Nunca

6.- ¿Los empleados de la COAC Minga siempre están dispuesto en ayudar?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Frecuentemente
- d. A veces
- e. Nunca

7.- ¿Los empleados de la COAC Minga trasmiten confianza al cliente?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Frecuentemente
- d. A veces
- e. Nunca

8.- ¿Los empleados de la COAC Minga siempre son amables con los clientes?

- a. Muy acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

9.- ¿Los empleados de la COAC Minga tiene suficientes conocimientos para responder a las preguntas del cliente?

- a. Mucho conocimiento
- b. Poco conocimiento
- c. Nada de conocimiento

10.- ¿Los empleados de la COAC Minga comprenden las necesidades del cliente?

- a. Muy acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

ANEXO 3.- Cuestionario de Entrevista

Guía de entrevista

Entrevista dirigida al gerente general y al departamento de talento humano de la Cooperativa de Ahorro y crédito Minga Ltda.	
Nombre:	Fecha:
OBJETIVO: Conocer la información más relevante sobre la gestión de calidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Minga Ltda.	
1. ¿La COAC Minga Ltda. implementa un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio que oferta?	
2. ¿Considera Usted que la gestión de calidad incide de manera muy significativo en la prestación de servicios?	
3. ¿Aplican alguna estrategia para mejorar la prestación de servicios otorgados a los socios?	

4. ¿Qué herramientas utiliza para evaluar a los empleados en relación a la prestación de servicios?

5. ¿Considera que mejorar la atención al cliente ayuda a aumentar la efectividad del servicio?

6. ¿En qué periodo capacitan a los trabajadores que prestan servicios?

7. ¿Los empleados conocen y asumen su compromiso con las metas de la COAC Minga Ltda.?