



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

NOVIEMBRE 2020 – MAYO 2021

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

**ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA APERTURA DE CUENTAS
DE AHORROS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN JOSÉ
LTDA. DE LA CIUDAD DE MONTALVO**

EGRESADO:

RODOLFO ANDRES PILCO DE LA VEGA

TUTOR:

ING. TAYRON CESAR TROYA TERRANOVA

AÑO 2021

**ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA APERTURA DE CUENTAS
DE AHORROS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN JOSÉ
LTDA.**

INTRODUCCIÓN

El presente caso de estudio se realizó EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN JOSÉ LTDA. DE LA CIUDAD DE MONTALVO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS, es importante indicar que esta cooperativa fue creada en el año 1964 a iniciativa de la iglesia de la ciudad de San José de Chimbo de la Provincia de Bolívar, fue apoyada de manera decisiva por 50 personas de esta ciudad. En el caso de la agencia del cantón Montalvo en la provincia de Los Ríos fue creada en el año 2010, decisión que fue tomada por los directivos de la institución, considerando la numerosa clientela que tenían provenientes del cantón Montalvo, sobre todo personas que pertenecían al magisterio, a quienes daban créditos con menos exigencias de los bancos.

El objetivo de la investigación es analizar el servicio al cliente en la apertura de cuentas de ahorros con el fin de determinar el proceso de apertura de cuentas de ahorros y el grado de satisfacción de los socios que por primera vez son parte de esta prestigiosa institución.

Los productos y servicios ofertados por la organización “objeto de estudio”, son inversiones, ahorros, créditos, cobro de servicios por medio de canales digitales, retiro de fondos en cajeros por medio de la tarjeta VISA Debito.

El presente estudio se desarrolla en base de la línea de investigación “Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control”, la sublínea es “Gestión

financiera, tributaria y compromiso social”, se ha considerado esta sublínea de investigación porque el estudio es financiero y que esta también relacionado con la gestión del Talento Humano, el cual tiene una relación directa con el cliente.

Para determinar la realidad de la cooperativa San José en su agencia de la ciudad de Montalvo, se ha aplicado un cuestionario estandarizado, que se ajusta a las necesidades de esta unidad económica del área financiera, considerando respuestas múltiples y de esta manera comprender las expectativas de los usuarios y clientes del servicio.

Para la investigación se aplica el modelo SERVQUAL de calidad de servicio, donde se mide “lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas. De esta forma, contrasta esa medición con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones” (Alteco consultores, 2020). He ahí la importancia de la presente investigación, que permitirá determinar la realidad existente en esta unidad económica y buscar ofrecer un servicio de calidad.

Para la liberación de este caso de estudio se realizó una investigación mixta, porque se analiza la calidad del servicio de parte del personal y se tomara criterios de clientes que serán tabulados, la metodología que se utilizó fue la deductiva e inductiva ya que partimos del conocimiento general de los procesos de la Cooperativa de Ahorro Y crédito San José Ltda., para determinar la cuenta de ahorro, también tomamos la operatividad de los empleados que atienden a las personas que por primera vez van a la cooperativa, para luego determinar de manera general el criterio de los clientes respecto a la calidad del servicio, siendo Es mixta, porque se analiza la calidad del servicio de parte del personal y se tomará criterios de clientes que serán tabulados.

DESARROLLO

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “SAN JOSÉ LTDA.” es una entidad Financiera que fue controlada por la Superintendencia de Bancos y Seguros desde el 22 de diciembre de 2004, y a partir de Enero del 2013 pasó al control de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, la oficina Matriz se encuentra domiciliada en el cantón San José de Chimbo, cuenta con nueve agencias operativas ubicadas en la provincia de Bolívar en los cantones Guaranda, Chillanes, San Miguel y Caluma; provincia de Los Ríos en los cantones de Montalvo y Ventanas; provincia Pichincha cantón Quito; provincia Tungurahua cantón Ambato-Pinllo.

Esta unidad financiera “El 10 de diciembre de 1964 se legaliza el funcionamiento de la cooperativa, mediante acuerdo Ministerial 2752 e inscrita en el Registro General de Cooperativas el 10 de diciembre de 1964, con el número de orden 1244, documentación que contiene todos los datos actualizados de acuerdo a las disposiciones constantes en la Ley y Reglamento General de Cooperativas.

Socios Fundadores:

Pedro Monar, Augusto Yáñez Espinoza, Juan Guillín, José A. Mancero, Holger Mancero, Adalberto Rojas, Luis Velásquez, Guido Duran, Gabriel Silva, Cesar Duran, Abdón Cuisana, Gonzalo Rodríguez, Abdón Silva, José María Freire, José M Sánchez, Leonardo Armijos, Ángel Gaibor, Nelson Núñez, Alejandro Montalvo, Hugo Jaramillo, Santos García, Cicerón Gordillo, Ramiro Velásquez, Isaías Orellana, César Chafla, Manuel Prado, Luis Vargas, Genaro Enanche, Segundo Veloz, Manuel Silva, Ángel Allán, Segundo Allán, Bertha Bayas, Natividad Rubio, Luz Angélica Rojas, Lilia Meneses, Lida Velásquez, Carmela Prado, Eva García, Gloria Mancero, Laura Pinos,

Teresa Vásquez, Dolores Prado, Teresa Cruz, Rosa Moreta, Luzmila Espinoza, Carmen Zapata.” (Escobar Ledesma, 2018).

Los inicios de esta unidad financiera en sus primeros años de existencia tenían un criterio localista, es decir fue creada con la finalidad de solo servir a su comunidad, esto es a los habitantes de San José de Chimbo. A partir del año 1986, comienza a ampliar su campo de acción y comienza a entablar relaciones con organizaciones gremiales con la finalidad de otorgar créditos de consumo. La Misión de esta unidad financiera es, “Contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad a través de productos financieros innovadores con responsabilidad social”.

Se complementa con la Visión, la cual tiene por finalidad “Alcanzar USD 220 millones en activos, sustentados en una calificación de riesgos “AA-” y Servicios Digitales”. Su actividad se desenvuelve como se indicó anteriormente en las provincias de Bolívar, Los Ríos, Pichincha y Tungurahua, y se sustenta en los Valores de: Confianza, sinceridad, puntualidad, lealtad, honestidad, iniciativa, ayuda mutua; y responsabilidad.

La cooperativa San José Ltda. Realiza las captaciones de dinero por medio de servicios financieros de ahorro, entre ellos: Ahorros a la vista. - “Es una cuenta generada para efectuar depósitos y retiros en efectivo, cheque, o a través de cajeros automáticos y PDAS (Ventanillas Móviles). La tasa que se paga sobre el ahorro es del 2%” (coopsanjose.fin.ec, 2021).

Cuenta Sueñitos. - “Es una cuenta de ahorro para niños, niñas y adolescentes menores a 18 años de edad, el propósito es fomentar la cultura del ahorro bajo el concepto de ahorrar de una manera divertida.

La tasa que se paga sobre el ahorro es del 3.5% El monto para la apertura de la cuenta Sueñitos es de USD\$ 11.00” (coopsanjose.fin.ec, 2021) Multiahorros.- “Personas Naturales: Incrementar permanentemente montos de ahorro periódicos con el fin de alcanzar un fin propuesto por el socio o cliente. (coopsanjose.fin.ec, 2021)

Depósitos a Plazo Fijo. - “Son depósitos que se formalizan entre el socio/a y cliente de la cooperativa por medio de un documento o certificado; se pactan por un monto y plazo determinado. El monto de apertura es de \$101.00 como mínimo” (coopsanjose.fin.ec, 2021)

La agencia del cantón Montalvo fue creada el 18 de junio del 2007, esto se da porque al flexibilizar los créditos de consumo dirigidos especialmente a los maestros, estos adquirieron compromisos financieros como socios de esta cooperativa y para realizar sus gestiones debían viajar hasta la ciudad de Chimbo, al determinar la gran cantidad de socios de este cantón, consideran que debe abrir una agencia, la cual tuvo una gran acogida. Actualmente es la principal institución financiera del cantón y que está dirigido como Gerente el Ing. Mauricio Enríquez y como Asesor de Atención al Cliente y responsable de abrir las cuentas de ahorro es la Ing. Ana Moran Lara.

Dentro de las funciones de la ingeniera Morán en la apertura de cuentas de ahorro o inversiones a plazo fijo, podemos indicar las siguientes:

1. Da asesoramiento a las personas sobre los productos y servicios que presta la cooperativa, e indica los requisitos necesarios para la apertura de cuentas.
2. Determina por medio de la cedula de identidad si el solicitante no esta en la base de datos de terroristas. En caso de no constar puede proceder a continuar con el proceso de apertura de cuenta.

3. Con el número de cedula accede de manera digital a la base de datos del Registro civil e imprime en una hoja al reverso de una fotocopia de la cedula de identidad. Esta base de datos contiene toda la información de la persona propietaria de la cedula.

4. Si el solicitante de apertura de cuenta es persona natural, solicita la documentación de soporte, entre ellas:
 - a. Documentos personales: Cedula y papeleta de votación.

 - b. Referencias personales impresas.

 - c. Referencias comerciales impresas.

 - d. Certificado de situación económica, esto se relaciona si tiene relación de dependencia o realiza actividad particular.

 - e. Información sobre edad, estado civil, lugar de vivienda

 - f. Declaración juramentada de licitud de fondos

 - g. Solicitud del socio o cliente

5. Debe llenar las papeletas con los valores que se va a realizar el deposito inicial el socio, quien personalmente debe realizar en una ventanilla.

6. Debe legalizar ante el jefe de la agencia la documentación de la apertura de la cuenta.

Todo este proceso por cliente nuevo debe realizarlo la Ing. Morán, cuando hay varios socios o clientes por abrir cuentas, la responsabilidad recae en una sola persona y trae como consecuencia que las personas que desean abrir nuevas cuentas deben esperar

hasta una hora para ser atendidos. Debiendo aclararse que esto se origina cuando existe mucha demanda para abrir cuentas nuevas.

“Podemos definir el proceso de gestión de la atención al cliente como un conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a satisfacer las necesidades de los clientes e identificar sus expectativas actuales, que con una alta probabilidad serán sus necesidades futuras, a fin de poder satisfacerlas llegado el momento oportuno.” (Cisneros Naula, 2014).

Existe una atención personalizada al cliente, pero por el hecho de ser personas en muchos casos de sectores rurales no disponen de mucho tiempo para hacer trámites, por lo cual esperar causa en ellos molestia. Recordemos que en toda organización pública o privada debemos considerar que el cliente siempre tiene la razón.

Esta es una realidad que existe en esta cooperativa, debemos siempre recordar que el éxito de toda empresa o institución depende de la atención al cliente, a esto hay que agregar que el servicio prestado sea de calidad, esto solo se logra con el trato y agilidad con el cual se atiende al cliente o al socio.

Es de suma importancia determinar las necesidades y criterios del cliente, para lo cual se sugiere la instalación de un buzón de sugerencias, solo eso contribuye a identificar en parte la satisfacción o insatisfacción del usuario del servicio, donde siempre el factor principal será el talento humano que labora y presta atención al público.

Para que el servicio al cliente sea de calidad, es necesario determinar del cliente su criterio, solo así podemos conocer si existe satisfacción en el mismo, en caso de

existir insatisfacción deben hacerse correctivos por parte de la administración, solo esto permite crecimiento organizacional.

Siempre los administradores deben considerar concepciones teóricas especializadas referentes a la gestión del talento humano y a la forma como debe atender al cliente, poner en práctica la teoría en la vida cotidiana laboral permitirá mejorar la atención al público, recordemos que en la atención siempre deben atender al usuario considerando:

- “Cortesía: Se pierden muchos clientes si el personal que los atiende es descortés. El cliente desea siempre ser bien recibido, sentirse importante y que perciba que uno le es útil.
- Atención rápida: A nadie le agrada esperar o sentir que se lo ignora. Si llega un cliente y estamos ocupados hay que dirigirse a él en forma sonriente y decirle: "Estaré con usted en un momento".
- Confiabilidad: Los cliente quieren que su experiencia de compra sea lo menos riesgosa posible. Esperan encontrar lo que buscan o que alguien responda a sus preguntas. También esperan que, si se les ha prometido algo, esto se cumpla.
- Atención personal: Nos agrada y nos hace sentir importantes la atención personalizada. Nos disgusta sentir que somos un número. Una forma de personalizar el servicio es llamar al cliente por su nombre.
- Personal bien informado: El cliente espera recibir de los empleados encargados de brindar un servicio, una información completa y segura sobre los productos que venden.

- Simpatía: El trato comercial con el cliente no debe ser frío y distante, sino por el contrario responder a sus necesidades con entusiasmo y cordialidad.” (Cisneros Naula, 2014)

Efectivamente la atención al cliente debe basarse en una relación cortés, esto permite sentirse cómodo y apreciado por la persona que lo atiende, a su vez que considera que se respeta como cliente o socio de la cooperativa.

De acuerdo a clientes consultados, ellos desean que la atención sea rápida y que los procesos sean ágiles para optimizar el tiempo, para cumplir con otras actividades ya planeadas con anterioridad, ya que muchas veces deben esperar más de 30 minutos para ser atendidos.

Cuando realiza gestiones prefieren que les indiquen el tiempo que demora sea en horas o en días el trámite, y que los tiempos se cumplan; mas no que les indiquen para tal día esta su trámite y no se haga realidad en la fecha que les indican, de esta forma se cubre el faltante de personas para apertura de cuentas en ciertos días y horas que hay mayor cantidad de público.

Por medio del estudio se ha determinado que no hay definido una metodología adecuada para medir la satisfacción del cliente, considerando tiempo de atención, conocimiento pormenorizado por parte de los empleados de los servicios que ofrece, así como sentirse guiado en las gestiones que el realiza para reducir tiempo ocioso dentro de la institución.

“La medición y análisis de la satisfacción del cliente es un elemento básico. Sin duda, para comprender al cliente y, por extensión, al mercado en el que la empresa se desenvuelve, es preciso escuchar a los clientes (para saber cuáles son sus necesidades) y

captar y estudiar datos sobre su nivel de satisfacción (sin quedarse únicamente en el registro de sus reclamaciones).” (Cisneros Naula, 2014).

No hay manera de aumentar la eficacia de las empresas si no se elaboran productos y/o servicios que satisfagan las expectativas de los clientes (Producir lo que el cliente consume). Para lograr una eficiencia organizacional se tiene que orientar todo el esfuerzo de la empresa a satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes. Esto solo podrá ser efectivo en la medida que las personas destinadas para dicha tarea en la empresa estén debidamente capacitadas para que de una manera seria y organizada, mida la satisfacción de sus clientes, de una manera periódica y tome las acciones pertinentes.

Para evaluar la calidad de los productos y de los servicios, se deberán diseñar los métodos adecuados que posibiliten la obtención de los datos necesarios para ello. Si tales métodos son desarrollados de manera inadecuada, representarán de manera impropia las opiniones de los clientes y puede ser perjudicial para el éxito de la organización. Por otro lado, una información precisa en relación a la calidad de los servicios y productos que brinde dicha empresa puede utilizarse para ofrecer un mejor servicio al cliente.

A continuación algunos elementos básicos a valorar para hacer una eficiente evaluación y control de los procesos de atención al cliente.

Determinación de las necesidades del cliente: Este análisis genera una base interna de información primaria, que servirá para analizar más detalladamente el sistema de atención al cliente que la empresa posee y su posible mejora.

Análisis de los ciclos de servicio: Consiste en determinar dos elementos fundamentales:

a) Las tendencias temporales de la necesidad de atención de los clientes: (cada cuánto piden ayuda, en qué épocas del año se necesita mayor atención etc.)

b) Determinar las necesidades del cliente, bajo parámetros de ciclos de atención. Un ejemplo es cuando se renuevan suscripciones a revistas, en donde se puede mantener un control sobre el cliente y sus preferencias

Cuando se tiene información adecuada sobre las preferencias de atención del cliente, es más factible ofrecer nuevos productos o servicios. Consiste en determinar las necesidades de los clientes bajo parámetros de ciclo de atención.

Encuestas: Es el mecanismo por excelencia para conocer sobre las preferencias, inquietudes y expectativas de los clientes.

Evaluación de servicio de calidad: Tiene que ver con la parte de atención personal del cliente, un trato personalizado, es la mejor manera de amarrar y fidelizar cliente

Reglas importantes para la persona que atiende:

a) Mostrar atención.

b) Tener una presentación adecuada

c) Atención personal y amable.

d) Tener a mano la información adecuada.

e) Expresión corporal y oral adecuada.

□ **Análisis de recompensas y motivación:** La constante retroalimentación entre clientes y trabajadores, perfeccionará paulatinamente todos los procesos de atención. La valoración del trabajo y la motivación garantizarán una mejor atención del cliente en un inicio y un mejor servicio de atención a mediano plazo.

“El sector financiero ha tomado la iniciativa de orientar su filosofía en el servicio al cliente, con el objetivo de introducir el concepto de calidad de servicio en sus clientes y socios, buscando en ello la fidelización (Sharma & Mehta, 2004), por ello una medición de satisfacción y expectativas de sus clientes, puede hacerse a través del modelo SERVQUAL” (Loor, Villavicenio, Quijije, Villamarin, 2018)

El modelo Servqual está basado en una escala de cinco dimensiones que se utilizan para juzgar la calidad de servicio de una organización: la confiabilidad, esta entendida como la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud; responsabilidad, como la buena voluntad de ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido; seguridad, como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza; empatía, la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes; Bienes materiales y tangibles, relacionada con la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación; son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización, cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura, y objetos

Al no dar atención al socio o cliente de manera ágil y oportuna, esto crea una imagen negativa sobre la calidad de atención en los servicios que presenta esta institución financiera popular. La captación de socios nuevos es presencial, no se puede realizar por medio digital, como ciertos bancos ecuatorianos.

“El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de los clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios. La empresa al no satisfacer las necesidades y deseos de los clientes no tendrá un desarrollo económico, el funcionamiento de la entidad sería muy corta. (Maginga Gancino, 2011)

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

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

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

Se ha determinado que, dentro de las proyecciones de la cooperativa en beneficio de sus socios, está el de ofrecer el servicio de “Cooperativa Digital”, por medio del cual el socio podrá realizar diversas transacciones en las cuentas de ahorro, mediante el uso del internet, pero no la apertura de cuentas.

“El socio a través de la suscripción de estos términos y condiciones manifiesta estar interesado en aceptar, generar y dar uso a los medios electrónicos establecidos por la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda.

Para acceder a los canales electrónicos, el SOCIO entiende y acepta que la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda., requiere, de la creación de un usuario

y una contraseña personal e intransferible, con un nivel de seguridad que garantice la inviolabilidad de la misma, los cuales constituyen los medios de autenticación que permitan a la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda., verificar su identidad para validar la autenticidad de las transacciones que realice por los medios. Cualquier cambio en su dirección de correo electrónico, será comunicado inmediatamente a la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda., caso contrario, cualquier mal uso de la información será de su entera responsabilidad” (enlinea.coopsanjose.fin.ec, 2021).

“Los clientes constituyen el elemento vital de cualquier organización, sin embargo son pocas las organizaciones que consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a calidad, eficiencia o servicio personal. Es por ello que los directivos de las instituciones financieras y para este caso las cooperativas, deben mejorar la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que no es cuestión de elección: la vida de la organización depende de ello.” (Lucio Fernández, 2015).

La cooperativa motivo de estudio no cuenta con todas las herramientas para poder implantar estrategias de mejora en la atención a los clientes, por lo general sucede al momento de evaluar las necesidades, queja o reclamo que ellos manifiesten, trabajar en este aspecto sin duda reflejara una mejor calidad de servicio, otra forma seria innovar en el sistema de atención para que puedan disminuir los tiempos de espera para sus clientes, lo que es un problema que hace que los clientes se sientan insatisfechos con la atención; y optar por tener un personal encargado de educar a los clientes respecto a los servicios que brinda la institución financiera porque muchos no conocen el manejo de estos medios.

Por lo tanto, un producto o servicio ofrecido por una organización posee diversos elementos indispensables que independientemente y colectivamente influyen de manera

directa en la satisfacción del cliente convirtiendo la responsabilidad del mismo en universal para todos los elementos que la conforman, por consiguiente la atención al cliente comprende todas las actividades que la empresa o sus empleados desarrollan o efectúan, para satisfacerlos, implicando algo más que oír sus quejas, cambiar un servicio y sonreír ante ellos. Las tendencias administrativas para mejorar se tienen que dirigir hacia la creación de una cultura de servicio, por medio de enfoques gerenciales que proporcionan métodos y herramientas para transformar una organización en un negocio dirigido al cliente orientado al servicio.

La importancia de la presente investigación se presenta en mejorar las políticas referentes a la capacitación y motivación de los empleados y al servicio que la cooperativa ofrece a sus clientes, contribuyendo al logro efectivo de la calidad en el servicio de atención al cliente.

La necesidad, radica en que la cooperativa tiene que conocer la opinión del cliente acerca del servicio que presta en la atención personalizada de los empleados, a fin de poder trabajar en el mejoramiento continuo orientado hacia lo que el cliente requiere y no lo que la empresa presume.

La pertinencia se presenta, en que siendo está una institución de carácter privada como lo es la cooperativa de ahorro y crédito, la calidad de la atención que brinda a sus clientes y socios es de suma importancia, ya que de ello radica el mantenimiento de sus clientes cuenta ahorristas, que acuden a la institución sea en busca guardar su dinero, obtener financiamiento o cancelar recaudaciones a terceros, es por ello que la capacitación continua y simultanea para el mejoramiento de la calidad del talento humano permitirá desempeñar cargos de amplio perfil, con las competencias necesarias para obtener un desempeño laboral superior, que garantice buenas relaciones entre

empleados y usuarios, promoviendo eficiencia y eficacia del servicio que presta la cooperativa.

“En la tesis titulada: —Mejora en el nivel de atención a los clientes de una entidad bancaria. Trabajo realizado por: Luis Alfredo Clemente Moquillaza. Año 2008. En este estudio concluye: "Hace énfasis a las colas originadas en las oficinas de una entidad bancaria producto del sistema encargado de administrarlas, con el fin de realizar mejoras en busca de la disminución del tiempo de espera de los clientes. Uno de los problemas que se suscitan en el Bancos que tiene a cargo el Estado Ecuatoriano, es que hay hacer largas colas realizadas por los clientes para realizar una operación, muchas veces el tiempo de espera en una cola determina el nivel de satisfacción de un cliente con respecto al servicio prestado.” (Lucio Fernández, 2015).

La importancia de este trabajo radica principalmente en dos factores: El primero es que se ampliará la información disponible y el conocimiento sobre uno de los sectores del país que a través de la historia ha impulsado el desarrollo económico de regiones enteras, proporcionando no solo beneficios económicos sino también sociales. El segundo es que permitirá a estas Cooperativas descubrir y desarrollar una nueva serie de herramientas y servicios, que hasta este día habían estado ignorando o utilizando de manera no controlada, para obtener así una serie de ventajas y oportunidades que funcionaran como un excelente apoyo a los beneficios tradicionales que ya ofrecen, aplicándolo en la toma de decisiones de cada una de estas cooperativas.

Se destaca asimismo que los clientes son lo más importante en cualquier empresa y se convierten en razón de ser de las cooperativas en cuyo caso son llamados asociados contando aun con más derechos y deberes. Incluso Albrecht nos resalta que “Los clientes tienen que tratarse como activos valiosos, al lado de todos los bienes

tangibles que posee el negocio. " Y Aunque su estudio se enfoca a clientes, es igual o aún más relevante con los asociados.

CONCLUSIÓN

- La atención al cliente en la apertura de cuentas en momentos que superan tres nuevos ahorristas, existe una demora en la atención y esto molesta a los mismos, considerando que la mayoría son del área rural y su tiempo es limitado, y cuando salen al pueblo es para realizar varias gestiones en diferentes lugares.
- Existe satisfacción en los clientes en lo que respecta a los servicios financieros que oferta, de manera especial en el "Multiahorros", que es el producto estrella de la institución, esto debe ser complementado con la atención esmerada al usuario.
- El proceso de apertura de cuentas no satisface plenamente a los clientes, esto originado sobre todo por el pedido de referencias personales y comerciales que están como requisitos, para muchos es difícil obtener, sobre todo cuando se trata de referencias comerciales.
- No se ha determinado la existencia una metodología para que los clientes puedan opinar sobre la calidad del servicio de la institución, y de manera especial su grado de satisfacción en la apertura de cuentas de ahorro, en lo relacionado a la calidad del servicio recibido en esta área de la organización.
- A pesar de los pequeños inconvenientes por tiempos y espacio en la atención al cliente, existe fidelidad de los mismos y se constituyen en la principal fuente de publicidad para atraer nuevos socios a esta organización cooperativista, aumentando así sus afiliados que contribuyen al crecimiento de la institución.

BIBLIOGRAFÍA

- Alteco consultores. (2020). <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>. Recuperado el 2021
- Cisneros Naula, L. (2014). <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/5393/1/82T00340.pdf>. (ESPOCH, Editor) Recuperado el 2021
- coopsanjose.fin.ec. (2021). <https://coopsanjose.fin.ec/service-1/#>. Recuperado el 2021
- enlinea.coopsanjose.fin.ec. (2021). <https://enlinea.coopsanjose.fin.ec/Administration.WebUI/Pages/General/HiringPersonUser.aspx>. Recuperado el 2021
- Escobar Ledesma, M. (2018). <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8186/1/12T00949.pdf>. Recuperado el 2021
- Loor, Villavicenio, Quijije, Villamarin. (2018). <http://sigloxxi.esPAM.edu.ec/Ponencias/V/ponencias/61.pdf>.
- Lucio Fernández, R. (2015). <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/1756>.
- Maginga Gancino, S. (2011). <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/1370>. (U. T. Cotopaxi, Editor) Recuperado el 2021

ANEXOS

Encuesta realizada al azar a 30 clientes el día jueves 25 de febrero 2021

1. Desde cuando es socio de la cooperativa
 - a. 1 mes
 - b. 6 meses
 - c. Un año
 - d. Más de un año
2. Que transacciones hace en la cooperativa
 - a. Depósitos
 - b. Retiros
 - c. Créditos
 - d. Pago de deuda
3. Como califica la atención del personal
 - a. Excelente
 - b. Muy bueno
 - c. Bueno
 - d. Regular
 - e. Malo
4. Cuál es el tiempo que demora cuando abrió su cuenta de ahorros
 - a. 10 minutos
 - b. 20 minutos
 - c. 30 minutos
 - d. Más de 30 minutos
5. Considera usted que debe haber otra persona más para la apertura de las cuentas de ahorro
 - a. Si
 - b. No



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION, FINANZAS E INFORMATICA
DECANATO

Babahoyo, enero 08 de 2021
D-FAFI-UTB-019-UT-2021-2

Señor
Patricio Pérez Pérez
GERENTE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN JOSÉ LTDA.
Montalvo.-

De mis consideraciones:


La Universidad Técnica de Babahoyo y la Facultad de Administración, Finanzas e Informática (FAFI), con la finalidad de formar profesionales altamente capacitados busca prestigiosas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas en las cuales nuestros futuros profesionales tengan la oportunidad de afianzar sus conocimientos.

El Señor **PILCO DE LA VEGA RODOLFO ANDRÉS**, con cédula de identidad No. 120504447-0, Estudiante de la Carrera de Ingeniería Comercial, matriculado en el proceso de titulación en el periodo Noviembre 2020 – Abril 2021, trabajo de titulación modalidad Estudio de Caso para la obtención del grado académico profesional universitario de tercer nivel como **INGENIERO COMERCIAL**. El Estudio de Caso: **ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA APERTURA DE CUENTAS DE AHORROS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN JOSÉ LTDA. DE LA CIUDAD DE MONTALVO.**

Es por esta razón, solicito a usted, si es posible se sirva autorizar el permiso respectivo para que el Señor **PILCO** pueda desarrollar la investigación en la institución de su acertada dirección.

Por su gentil atención al presente, se extiende el agradecimiento institucional.

Atentamente.


Ldo. Eduardo Galas Guijarro MAE.
DECANO

c.c Archivo

