



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL  
SECTOR FINANCIERO, COOPERATIVAS DE  
AHORRO Y CRÉDITO, DISTRITO DE CALLERÍA, AÑO  
2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

Bach. ERICK ABEL DONAYRE VELA

**ASESOR:**

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

**PUCALLPA – PERÚ**

**2018**

## **FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

-----

**Mgtr. Sergio O. Ortíz García**

**Secretario**

-----

**Mgtr. José Luis Meza Salinas**

**Miembro**

-----

**Dr. Geider Grandes García**

**Presidente**

-----

**MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia**

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios, por bendecirme día a día; y darme la fortaleza que necesito para continuar con mis proyectos.

A mis profesores que me enseñaron, y me brindaron sus conocimientos para ser un buen profesional.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mis hijos Claudia, Paulo, Erika, Gabriel y Stephano, que son el motor y motivo para yo seguir esforzándome en la vida y poder darles un futuro mejor.

## RESUMEN

La realización de esta investigación fue para determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito, distrito de Calleria, año 2018. Para su desarrollo, la metodología de investigación fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental, transversal y descriptiva. En el trabajo de campo se utilizó una encuesta con 19 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: edad del gerente, jóvenes en el rango de edad “de 29 a 39 años” (50,0%); género masculino y nivel de instrucción “universitaria”. Respecto a la cooperativa: el 66,7% tiene presencia en el mercado “de 7 años a más” y emplea “de 9 a más colaboradores”. Se gerencian promoviendo la mejora continua (66,7%) y según la visión, misión y valores. El uso de herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial es de aplicación en todas las cooperativas. Respecto a Atención del Cliente: el 66,7% tiene un panorama claro del comportamiento del mercado y las necesidades del cliente; sin embargo, solo el 50,0% de las gerencias se involucra en los protocolos de atención al cliente, a fin de involucrar a toda la organización. Así mismo, se han realizado inversiones en aplicaciones informáticas para satisfacción de cliente. Las cooperativas cuentan con un servicio de post venta (66,7%) y existe procedimiento para atender reclamos y sugerencias de los clientes. Cuentan con plan de capacitación a su personal enfocados en sus clientes. Finalmente, las cooperativas han experimentado favorables resultados en cuanto a su prestación por un mejor servicio: “mejor imagen y posicionamiento” e “incremento de colocaciones”.

**Palabras clave:** Gestión de calidad, atención al cliente, financiero, cooperativas de ahorro y crédito.

## **ABSTRACT**

The realization of this research was to determine the management under the focus of customer service in the mypes of the financial sector, Savings and Credit Cooperatives, district of Calleria, 2018. For its development, the research methodology was quantitative, level descriptive, non-experimental, transversal and descriptive design. In the fieldwork a questionnaire with 19 questions was used, obtaining the following results: age of the manager, young people in the age range "of 29 to 39 years" (50.0%); male gender and "university" level of education. Regarding the cooperative: 66.7% have a presence in the market "from 7 years to more" and employ "9 to more collaborators". They are managed promoting continuous improvement (66.7%) and according to the vision, mission and values. The use of tools to monitor business growth and development is applicable in all cooperatives. Regarding Customer Service: 66.7% have a clear picture of market behavior and customer needs; however, only 50.0% of the managements are involved in customer service protocols, in order to involve the entire organization. Likewise, investments have been made in computer applications for customer satisfaction. Cooperatives have a post-sale service (66.7%) and there is a procedure for dealing with complaints and suggestions from customers. They have a training plan for their staff focused on their clients. Finally, the cooperatives have experienced favorable results in terms of their provision for a better service: "better image and positioning" and "increase in placements".

**Keywords:** Quality management, customer service, financial, savings and credit cooperatives.

# ÍNDICE GENERAL

<i>TÍTULO DE LA TESIS</i> .....	<i>i</i>
<i>FIRMA DEL JURADO Y ASESOR</i> .....	<i>ii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i> .....	<i>iii</i>
<i>DEDICATORIA</i> .....	<i>iv</i>
<i>RESUMEN</i> .....	<i>v</i>
<i>ABSTRACT</i> .....	<i>vi</i>
<i>ÍNDICE GENERAL</i> .....	<i>vii</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i> .....	<i>x</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i> .....	<i>xii</i>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Planteamiento del Problema</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1.1 Caracterización del Problema</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1.2 Enunciado del Problema</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2 Objetivos de la Investigación</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2.1 Objetivo General</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2.2 Objetivos Específicos</b> .....	<b>3</b>
<b>1.3 Justificación de la Investigación</b> .....	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1 Antecedentes de la investigación</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1.1 Antecedentes Internacionales</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1.2 Antecedentes Nacionales</b> .....	<b>6</b>
<b>2.2 Bases Teóricas de la Investigación</b> .....	<b>8</b>
<b>2.2.1 Cooperativismo</b> .....	<b>8</b>
<b>2.2.1.1 Legislación del cooperativismo</b> .....	<b>9</b>
<b>2.2.1.2 Los Principios del Cooperativismo</b> .....	<b>9</b>
<b>2.2.1.3 Consideraciones Normativas del Cooperativismo Peruano</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.2 Enfoque de atención al cliente</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2.3 Servicio al cliente</b> .....	<b>15</b>
<b>2.2.4 Sistema de Gestión de Calidad</b> .....	<b>16</b>
<b>2.3 Marco Conceptual</b> .....	<b>16</b>

<b>CAPITULO III. HIPÓTESIS .....</b>	<b>21</b>
<b>3.1 Hipótesis General .....</b>	<b>21</b>
<b>3.2 Hipótesis Específicas .....</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>22</b>
<b>4.1 Diseño de Investigación .....</b>	<b>22</b>
<b>4.1.1 Tipo de Investigación .....</b>	<b>22</b>
<b>4.1.2 Nivel de investigación .....</b>	<b>22</b>
<b>4.2 Universo y Muestra .....</b>	<b>22</b>
<b>4.2.1 Población.....</b>	<b>22</b>
<b>4.2.2 Muestra .....</b>	<b>23</b>
<b>4.3 Definición y Operacionalización de Variables .....</b>	<b>25</b>
<b>4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....</b>	<b>26</b>
<b>4.4.1 Técnicas.....</b>	<b>26</b>
<b>4.4.2 Instrumentos.....</b>	<b>26</b>
<b>4.5 Plan de análisis de datos .....</b>	<b>26</b>
<b>4.6 Matriz de Consistencia .....</b>	<b>27</b>
<b>4.7 Principios Éticos.....</b>	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>31</b>
<b>5.1 Resultados.....</b>	<b>31</b>
<b>A. Datos del Gerente.....</b>	<b>31</b>
<b>B. De la gestión de la cooperativa.....</b>	<b>34</b>
<b>C. De la atención al cliente .....</b>	<b>41</b>
<b>5.2 Análisis de resultados .....</b>	<b>50</b>
<b>a) Datos del Gerente.....</b>	<b>50</b>
<b>b) De la gestión de la cooperativa.....</b>	<b>50</b>
<b>c) De la atención al cliente.....</b>	<b>52</b>
<b>CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>56</b>
<b>6.1 Conclusiones .....</b>	<b>56</b>
<b>6.2 Recomendaciones .....</b>	<b>57</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>58</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>61</b>
<b>1. Presupuesto.....</b>	<b>61</b>
<b>2. Cronograma.....</b>	<b>62</b>



<b>3. Encuesta</b> .....	63
--------------------------	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	25
Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación.....	27
Tabla 3: ¿Cuál es la edad del Gerente?.....	31
Tabla 4: ¿Cuál es el sexo del Gerente?.....	32
Tabla 5: ¿Cuál es el nivel de instrucción del Gerente?.....	33
Tabla 6: ¿Cuántos años Tiene presencia la cooperativa en el mercado?.....	34
Tabla 7: ¿Cuántos colaboradores tiene la cooperativa?.....	35
Tabla 8: ¿La gerencia está comprometida con la calidad?.....	36
Tabla 9: ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?.....	37
Tabla 10: ¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?.....	38
Tabla 11: ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?.....	39
Tabla 12: ¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?.....	40
Tabla 13: ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?.....	41
Tabla 14: ¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?.....	42
Tabla 15: ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?.....	43
Tabla 16: ¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?.....	44
Tabla 17: ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?.....	45
Tabla 18: ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?.....	46

Tabla 19: ¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa al cliente?.....	47
Tabla 20: ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?.....	48
Tabla 21: ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?.....	49
Tabla 22: Presupuesto.....	62
Tabla 23: Cronograma de Actividades.....	63

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Expectativa del cliente.....	15
Figura 2: Sistema de gestión de calidad.....	16
Figura 3: ¿Cuál es la edad del Gerente?.....	31
Figura 4: ¿Cuál es el sexo del Gerente?.....	32
Figura 5: ¿Cuál es el nivel de instrucción del Gerente?.....	33
Figura 6: ¿Cuántos años Tiene presencia la cooperativa en el mercado?.....	34
Figura 7: ¿Cuántos colaboradores tiene la cooperativa?.....	35
Figura 8: ¿La gerencia está comprometida con la calidad?.....	36
Figura 9: ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?.....	37
Figura 10: ¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?.....	38
Figura 11: ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?.....	39
Figura 12: ¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?.....	40
Figura 13: ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?.....	41
Figura 14: ¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?.....	42
Figura 15: ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?.....	43
Figura 16: ¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?.....	44
Figura 17: ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?.....	45

Figura 18: ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?.....	46
Figura 19: ¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa al cliente?.....	47
Figura 20: ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?.....	48
Figura 21: ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?...	49

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

El actual contexto de corrupción en nuestro país en distintas estancias del estado y la actividad política ha puesto en alarma a todo el sistema de control, a fin de investigar los actos ilícitos que podrían estar financiando estos sucesos y que tuvieran como fachadas -a modo de lavado de activos- a las Cooperativas.

Es por eso que recientemente se ha promulgado la Ley 30822 que oficializa la supervisión de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) a las cooperativas de ahorro y crédito en vista de su gran población en el país cerca de 1245 entidades.

Las cooperativas de ahorro y crédito son asociaciones sin fines de lucro y apoyo a los asociados, es una alternativa de financiamiento para actividades de desarrollo comunal.

Nuestra investigación se dirigió por el aspecto de formalización, gestión con herramientas de calidad y enfoque en atención al cliente, temas muy importantes que tienen que estar presentes en las empresas modernas y que tienen como propósito mejorar el nivel de gestión y por consiguiente sostener la rentabilidad de las mismas.

Como parte de las conclusiones que se detallan en el acápite correspondiente podemos sintetizar de manera general que las mypes de este sector en un 66,7% se gestionan bajo los preceptos de la calidad de gestión y enfocados en el servicio al asociado y clientes.

Finalmente, dos cooperativas se encuentran en proceso de posicionamiento en el distrito de Callería y se recomienda que mediante un plan de acción adopten un

sistema de gestión de calidad que garantice operaciones confiables y servicio sostenible.

## **1.1 Planteamiento del Problema**

De un tiempo a esta parte, el número a nivel nacional de cooperativas de ahorro y crédito ha crecido notoriamente, cubriendo las necesidades financieras de las comunidades en lugares donde el sistema financiero no ha llegado, constituyendo así en un agente de desarrollo.

Sin embargo, las investigaciones de la policía financiera indican que muchas de ellas no cumplen con aspectos básicos de formalización; según el directorio del Ministerio de la Producción (PRODUCE) a diciembre de 2017, muchas de ellas no tienen nombre comercial, ni página web y son 18 nuevas. Este contexto, deduce que no existiría una administración basado en la mejora continua y en consecuencia una disposición al servicio al cliente, situación que ya se viene anunciando en artículos periodísticos sobre denuncias de arbitrariedades por parte de estas entidades.

### **1.1.1 Caracterización del Problema**

En la actual década, las cooperativas de ahorro y crédito se han convertido a nivel mundial, como la práctica para desarrollar negocios, de acuerdo a las necesidades de la comunidad. Sin lugar a duda, las cooperativas de ahorro y crédito contribuyen a generar bienestar y empleo y, sobre todo fomentan la autoayuda.

Con la creación de la nueva Ley General de Cooperativas se busca una mejor participación del Estado en crear las condiciones para su desarrollo, ya que experimentar fuerte carga de deudas que por su débil estructura, algunas estarían por quebrar. Sin embargo, esa supervisión ayudará a exigir una mejor gestión en ellas, ya

que la mayoría está aún sumergida en aspectos de informalidad, con una administración precaria y sin tener un plan de servicio al cliente, el cual es su razón de ser.

### **1.1.2 Enunciado del Problema**

¿El cumplimiento de los aspectos de formalización y adopción de una gestión basado en la calidad, mejoraría la imagen de las Cooperativas como entidades de servicio financiero y calidad de servicio a sus asociados?

## **1.2 Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1 Objetivo General**

Comprobar en las microempresas del sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito, del distrito de Calleria, año 2018 la gestión con herramientas de calidad y orientación a calidad en servicio al cliente.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar si las mypes en el sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Calleria, se encuentra en el marco de la formalización.
- Conocer si las mypes del sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Calleria, enmarcan sus operaciones enfocadas en el cliente.
- Conocer si las mypes en el sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Callería, capacitan a su personal para brindar una experiencia de servicio al cliente.

## **1.3 Justificación de la Investigación**

La investigación que se desarrolló sobre las Cooperativas de Ahorro y Crédito



es tan importante como inédita. Las Cooperativas son unidades de negocio donde se comercializa el servicio de préstamos de dinero a cambio de la devolución del capital con pago de intereses y es el cliente que espera satisfacer sus necesidades principalmente de seguridad, comodidad y oportunidad. Atributos que los microempresarios que dirigen estas empresas deben entender y poner en práctica.

Por otra parte, es oportuno enfatizar que la investigación tendrá un impacto en el sector de las finanzas, quienes tomarán conocimiento que si bien la satisfacción de disposición de dinero es importante, no debe menoscabar el nivel de servicio a sus clientes.

Finalmente, la investigación beneficia al propósito de promover una cultura de servicio y buen trato al cliente, y será soporte para el inicio de nuevas investigaciones al respecto.

## **CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1 Antecedentes Internacionales**

Corral, V.; Marshall, C.; Romero, S. (Argentina- 2006). Tesis “Cooperativas Agrarias en Argentina”. El objetivo del trabajo es comprender el valor de su existencia, analizando a este tipo de organizaciones desde la perspectiva de su aporte social y regional. Asimismo, analizar el valor agregado aportado al productor, a los demás agentes económicos y a la sociedad en su conjunto, su estructura competitiva, sus posibilidades de supervivencia, y las diferencias con la empresa tradicional de capitales privados. La metodología es identificar el segmento de mercado. Conclusiones, la cooperativa analizada ha tenido a lo largo de muchos años un crecimiento genuino y sustentable, cimentado en la confianza, el sentido de pertenencia de los productores miembro, y el mismo espíritu cooperativo ya mencionado, que conducen al socio a patrocinar proyectos que significan crecimiento y desarrollo para la organización; creemos que el espíritu cooperativo sinérgico que estas entidades mantienen con la comunidad en la cual actúan se mantiene vivo y continua desarrollándose, pasando de una generación a la siguiente con la misma fuerza con el que surgió.

Sánchez, M.; Cárdenas, M. (Ecuador- 2008). Tesis “proyecto de desarrollo para el mejoramiento de imagen corporativa de una cooperativa de ahorro y crédito utilizando balance SCORECARD”. Objetivos, plantear estrategias para el fortalecimiento de la imagen de una cooperativa de ahorro y crédito. Basado en la

metodología del Balance Scorecard, de una manera básica se pretende, descubrir debilidades y oportunidades esenciales que posteriormente permita trazar niveles y tipos de desarrollo para formular un proyecto de desarrollo para el mejoramiento de imagen. Conclusiones, la mayoría de las personas consideran al Sistema Financiero a nivel Nacional y Local como estables y confían en él, pero considera que deberían bajar los intereses en los créditos y aumentar el interés para el ahorro; en el caso de las mujeres, la mayoría de la población femenina encuestada, cuando tienen una necesidad económica recurren a los familiares y los hombres recurren a realizar préstamos a entidades financieras.

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

Farro, D. (Lima – 2013). Tesis “Diseño de un modelo de gestión del conocimiento para las cooperativas de ahorro y crédito de Lima Metropolitana”. Objetivos, Formular un modelo de Gestión del Conocimiento aplicable a las Cooperativas de Ahorro y Crédito de Lima Metropolitana para mejorar su desempeño organizacional, considerando la situación actual de dichas CAC y los retos que le presentará el entorno. La metodología aplicada en la formulación del modelo de GC para las CAC de Lima Metropolitana fue estructurada en cinco fases. La primera de ellas consistió en elaborar, a partir de la revisión de la literatura, un modelo teórico de GC compuesto por los elementos que no serían sometidos a validación estadística. En la segunda fase, se realizó el diagnóstico de la situación actual de las CAC con base en el análisis de expertos. Por otro lado, la tercera fase comprendió el análisis estructural del sistema cooperativo, en el cual se identificaron las variables que determinarán su evolución. Considerando estas tres primeras etapas, en la cuarta fase se definieron los conocimientos críticos y la propuesta de mecanismos de GC. Por último, en la quinta

fase, se realizó una encuesta a ejecutivos de las CAC para seleccionar los mecanismos a través de la validación estadística de los mismos. Conclusiones, la formulación de este modelo satisface la necesidad de formalizar la Gestión del Conocimiento en las CAC; es decir, de identificar los elementos que otorguen dirección a dicha gestión, los conocimientos críticos a gestionar, los mecanismos que desarrollen esos conocimientos y los actores internos que deben participar.

Huaytalla, F.; Pariona, J. (Ayacucho- 2014). Tesis “Gestión empresarial y crecimiento de las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Ayacucho”. Objetivos, Determinar el efecto de la gestión empresarial en el crecimiento de las cooperativas de ahorro y crédito de ahorro y crédito de Santa María Magdalena y San Cristóbal de la ciudad Ayacucho, 2005-201, además de definir cómo las estrategias de publicidad afectan en las captaciones de ahorros en las cooperativas de ahorro y crédito de ahorro y crédito Santa María Magdalena y San Cristóbal de Huamanga. La metodología que se utilizó para recopilar la información y para la aplicación del modelo de gestión empresarial que afecte en el crecimiento y que impliquen incremento en las captaciones, colocaciones e ingresos financieros de las CAC de la región Ayacucho; y a través de recopilación de información primaria mediante encuestas en distintos tiempos y la aplicación del modelo de crecimiento en función a la gestión empresarial sustentado bajo los fundamentos matemáticos, estadísticos y econométricos (variables DUMMY). Conclusiones, la gestión en tecnología crediticia afecta positivamente en los ingresos financieros de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, a través de la sistematización por los software financieros y los software moderno principalmente, las cuales se representa en valores monetarios que en promedio es S/. 7'837,742 nuevos soles, seguido por la gestión moderna SI. 7 millones

de nuevos soles y por la gestión tradicional es S/. 4 millones de nuevos soles, teniendo en cuenta el uso del factor humano, tecnología crediticia y estrategia de publicidad, la cual muestra un resultado de 73,1% como eficiente gestión empresarial tanto en factor humano, tecnología crediticia y la estrategia de promoción, que ha permitido crecer de manera sostenida el mercado financiero a través de la administración, colocación y captación de los recursos financieros en la ciudad de Ayacucho periodo 2005-2010.

### **2.1.3 Antecedente Regional**

Calzada, M. (Huánuco- 2017). Tesis “La ética profesional y la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Señor de los Milagros Huánuco - 2017”. Objetivos, determinar de qué manera la ética profesional y la moral se relaciona con la calidad de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito “SEÑOR DE LOS MILAGROS” Huánuco 2017. Metodología, la presente investigación corresponde al tipo de investigación APLICADA porque dicha investigación tiene como finalidad aplicar teorías, Sampieri (2003). Podemos concluir que la ética profesional, la deontología, y la moral se relacionan con la calidad de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito “SEÑOR DE LOS MILAGROS” - sede Huánuco 2017.

## **2.2 Bases Teóricas de la Investigación**

### **2.2.1 Cooperativismo**

Es un sistema que promueve la colaboración, la ayuda mutua, la reciprocidad y la solidaridad entre sus miembros, todos ellos promovidos por una necesidad y con fines de luego ser cubiertas con creces; el poblador peruano lo ha practicado desde tiempos inmemoriales encontrando con ello la solución a sus problemas y la satisfacción de sus necesidades. Es decir, el Perú de antes y de ahora, nunca fue ajeno

al desarrollo cooperativo.

En nuestro país, el cooperativismo surge a fines del siglo XIX y la segunda década del siglo XX con las primeras cooperativas peruanas dentro del incipiente movimiento obrero junto con el mutualismo artesanal, constituyéndose en la primera corriente cooperativista en el Perú.

### **2.2.1.1 Legislación del cooperativismo**

La Ley General de Cooperativas N° 15260 se dictó en el Perú el 14 de diciembre de 1964 en el primer gobierno del Arquitecto Fernando Belaunde Terry.

- El Decreto Legislativo N° 085, en el segundo gobierno de Fernando Belaunde Terry (1981).
- Texto Único Ordenado aprobado por Decreto Supremo N° 074-90-TR del 1 de julio de 1991 en el gobierno de Alberto Fujimori.
- Ley N° 29271 - Ley que establece que el Ministerio de la Producción es el sector competente en materia de Promoción y Desarrollo de Cooperativas.

Artículo 2.- Competencia en materia de promoción y fomento de Cooperativas. El Ministerio de la Producción formula, aprueba y ejecuta las políticas de alcance nacional para el fomento y promoción de las cooperativas como empresas que promueven el desarrollo económico y social. Para tal efecto, dicta normas de alcance nacional y supervisa su cumplimiento.

### **2.2.1.2 Los Principios del Cooperativismo**

Desde la generación de la Ley 15260 se contemplan los Principios Cooperativos de tipo universal, sin embargo, los adecuados a la universalidad también han sido recogidos en el Decreto Legislativo N° 085, en el Decreto Supremo N° 074-90-TR que, a su vez, recoge los principios de Rochadle y de la Alianza Cooperativa

Internacional (ACI). Estos principios son:

### **1. Membrecía Abierta y Voluntaria:**

Se refiere a la adhesión y retiro voluntario, es decir, las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membrecía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.

### **2. Control Democrático de los Miembros:**

Las empresas cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros. En las cooperativas de base los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto), mientras en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos, que se traduce en la frase “*A cada socio un voto*” con la facultad de elegir y ser elegido como autoridad dirigenal en la marcha de la cooperativa. El monto de la operación, por mínima que sea no interesa, todos son iguales en deberes y derechos.

### **3. Participación Económica de los Miembros:**

Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa. Usualmente reciben una compensación limitada, si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición de membrecía. Los miembros asignan excedentes para cualquiera de los siguientes propósitos: el desarrollo de la

cooperativa mediante la posible creación de reservas, de la cual al menos una parte debe ser indivisible; los beneficios para los miembros en proporción con sus transacciones con la cooperativa; y el apoyo a otras actividades según lo apruebe la membresía.

Toda cooperativa se constituye con el aporte de los socios que, en conjunto, forman un capital social que les permite realizar sus actividades. Los aportes, en consecuencia, perciben un interés no competitivo con el de los bancos puesto que no tienen fines de lucro, es menor, de tal manera que les permite un margen de ahorro en el seno de la institución cooperativa.

#### **4. Autonomía e independencia.**

Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa.

#### **5. Educación, Formación e Información:**

Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Las cooperativas informan al público en general - particularmente a jóvenes y creadores de opinión- acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo. Este principio es considerado como la “*Regla de oro*” del sistema cooperativo. A través de él se capacita a los socios para que se adentren e identifiquen en el quehacer cooperativo que comprenda el movimiento, que se encuentren llanos y



listos para ejercer la ayuda mutua, colaboración y solidaridad. A que no solo exijan derechos sino que, especialmente, cumplan con sus obligaciones. La educación cooperativa busca, además, promover y difundir el movimiento cooperativo como expresión fraterna y democrática bajo el lema: “*No por lucro sino por servicio*” para beneficio de la humanidad.

#### **6. Cooperación entre Cooperativas:**

Consiste en la participación del proceso permanente de integración, las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo, trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales. La integración busca unir a las cooperativas porque entienden que, así, la fuerza socio-económica que representan es y sería mayor. Por ello las cooperativas simples, llamadas de primer grado y de un mismo tipo, ejemplo: Cooperativas de Ahorro y Crédito, se integran en centrales y federaciones FENACREP (Federación de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú) y éstas, a su vez, en confederaciones CONFENACOOP (Confederación Nacional de Cooperativas del Perú).

#### **7. Compromiso con la Comunidad:**

La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros.

#### **8. Valores Cooperativos**

Las empresas cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. “Siguiendo la tradición de sus fundadores sus miembros creen en los valores éticos de honestidad,

transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás. El cultivo de las mismas será medibles en la actitud que cada miembro le ponga en su accionar.

### **2.2.1.3 Consideraciones Normativas del Cooperativismo Peruano**

Adicional de los principios enumerados y analizados, el Decreto Legislativo N° 085 así como el Decreto Supremo N° 074-90-TR, texto único y concordado de la Ley general de cooperativas, se impone la exigencia a estas instituciones a cumplir con las siguientes normas básicas:

- Mantener neutralidad religiosa y política partidaria: Significa que las cooperativas son entidades destinadas a fomentar la unión, camaradería y solidaridad, en consecuencia, no pueden ser organizadas para servir a determinado sector u orden religiosa, ni mucho menos para ponerse al
- servicio de determinado grupo político. Es, pues, un crisol donde se funden todos los credos y partidos en procura de la unión y ayuda universal.
- Reconocer la igualdad de derechos y obligaciones en todos los socios integrantes, sin discriminación alguna: Significa que en una institución donde todos cooperan para lograr el bien común, no caben las desigualdades. Todos de acuerdo a ley, estatuto y reglamento, tienen los mismos derechos y obligaciones; socios comunes y dirigentes. Es, pues, una consecuencia y carácter distintivo de la práctica de democracia institucional.
- Reconocer a todos los socios el derecho de un voto por persona, independiente de la cuantía de sus aportaciones: Establecidas sobre la base de la igualdad y la ayuda mutua, las cooperativas otorgan a cada persona un solo voto en los comicios electorales que la institución convoque. Aquí no predomina el número o cantidad de aportaciones, que pueden ser muchas o pocas, todos

votan por igual, en concordancia además con el control democrático de un voto por socio.

- Tener duración indefinida: Esto es, las cooperativas no pueden instituirse por un tiempo limitado; su duración se prolonga a fin de favorecer y vigorizar el movimiento al tiempo que satisfacer mejor las necesidades de sus asociados aportantes.
- Estar integradas por un número variable de socios y tener capital variable e ilimitado”: Significa que no hay límite en el número de socios, cuantos más, mejor; la empresa se favorece, presta mejores servicios los mismos que pueden ser ampliados. Esto último se aplica al capital que, si bien es cierto, como los socios, se exigen un mínimo, en cambio no se señala el máximo del capital social. Esto apoya el crecimiento y la expansión de la cooperativa.

### **2.2.2 Enfoque de atención al cliente**

**Calderón N. (2002).** Nos dice que el servicio de atención al cliente es el conjunto de actividades que se interrelacionan, con el fin de que el cliente termine satisfecho con el servicio o producto que se le brinda. Un buen servicio al cliente puede llegar al éxito de la empresa para las ventas más poderosas y así generar clientes fieles a la organización, atraer un nuevo cliente es un gran reto para las empresas por lo que las compañías han optado por poner mecanismos adecuados y establecidos sobre mejores tratos y servicio al usuario.

Es el primer principio en el que se basa el Sistema de Gestión de Calidad: “El enfoque principal de la gestión de calidad es satisfacer la necesidad de los clientes y esforzarse en exceder sus expectativas”

### 2.2.3 Servicio al cliente

Conocido por algunos como producto intangible y actualmente cubre a cuatro segmentos de la economía:

- Comercio al por mayor y al detalle
- Finanzas, seguros y bienes raíces
- Transportes, comunicaciones y servicios públicos
- Servicios profesionales.

Responde a tres dimensiones:

**Primera dimensión:** la exclamación: “ayúdeme” como, por ejemplo:

- “Ayúdeme con mi contabilidad”
- “Ayúdeme con seleccionar este artículo”

Peter Druker, experto en administración y científico social, indica que el Sector Servicios es el más amplio de la economía contemporánea y que en un momento dado, se debe volver a repensar la economía y los sistemas económicos.

**Segunda dimensión:** la exclamación: “repárelo” como por ejemplo:

- “El carro está en el taller” ... “repárelo”
- “La lavadora no funciona” ... “repárelo”

#### **Figura 1.** Expectativa del cliente

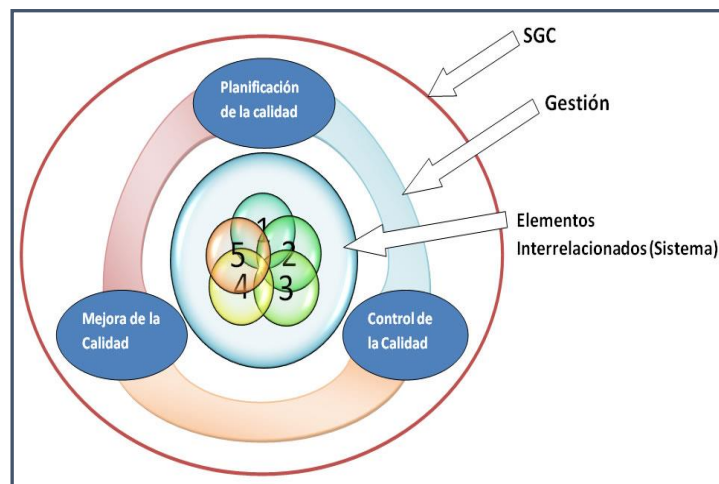
“Este tipo de relación que hoy exige el cliente requiere mucho más que los últimos avances tecnológicos: requiere el compromiso emocional de todo el personal. Esto tiene el más alto valor para los clientes ya que posee un significado: el producto o servicio en sí mismo podría no tener tanto valor, pero la forma en que se experimenta lo hace diferente y deseable”  
(Alvarado de Marsano 2013: 142).

*Fuente:* Elaboración Erick Donayre

#### 2.2.4 Sistema de Gestión de Calidad

Es una serie de actividades coordinadas sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios y para dar cumplimiento a los requisitos del cliente y logro de la satisfacción del mismo.

**Figura 2:** Sistema de Gestión de Calidad



**Fuente:** <http://qualitytrends.squalitas.com/>

#### Elementos de un Sistema de Gestión de la Calidad

1. Estructura Organizacional
2. Planificación (Estrategia)
3. Recursos
4. Procesos
5. Procedimientos

#### 2.3 Marco Conceptual

**Aval.** Se denomina con el termino de aval a aquel compromiso solidario de pago de una obligación a favor del acreedor o beneficiario que asumirá un tercero, en el caso que este último no cumpla o no pueda cumplir con el correspondiente pago de un título de crédito. Un aval, siempre, implicará a una voluntad extra además de las

dos intervinientes, quien presta y quien recibe, en tanto, esta tercera persona que participa también en el título en cuestión lo hará de manera unilateral.

**Crédito.** También conocido como préstamo, es acuerdo entre dos partes. Una es el acreedor y otra el deudor. El Acreedor es quien proporciona el recurso, puede ser dinero, un bien inmueble, un auto, etc. El deudor es quien recibe el recurso, pero debe pagar su valor más los intereses del crédito. (Ramos, ComparaGuru.com, 2015)

**Cheque.** Se denomina cheque a un título de crédito mediante el cual una persona libra contra una institución de crédito el pago de un determinado monto de dinero a un tercero. En otras palabras, mediante un cheque una persona puede autorizar a otra a retirar dinero de una cuenta sin la presencia del titular de ésta. Para poder emitir un cheque es necesario la existencia de una cuenta corriente en un banco. (D., 2008).

**Cliente.** Es tanto para los negocios y el marketing como para la informática un individuo, sujeto o entidad que accede a recursos, productos o servicios brindados por otra. Para los negocios, el cliente es aquel individuo que, mediando una transacción financiera o un trueque, adquiere un producto o servicio de cualquier tipo (tecnológico, gastronómico, decorativo, mueble o inmueble, etc.). Un cliente es sinónimo de comprador o de consumidor y se los clasifica en activos e inactivos, de compra frecuente u ocasional, de alto o bajo volumen de compra, satisfecho o insatisfecho, y según si son potenciales. El vendedor o encargado de marketing debe asegurarse de tomar en cuenta tanto las necesidades como las expectativas de cada cliente. (Bembibre V. , 2009)

**Dinero.** Se denomina como dinero a aquella moneda que dispone de valor legal, es de curso actual y corriente y se emplea extendidamente para comprar bienes, para pagar servicios, para abonar salarios a trabajadores, entre otras operaciones. Es

decir, el dinero es un medio de pago de bienes, servicios y obligaciones, que se encuentra aceptado y legitimado en una sociedad determinada. (Ucha, Definición ABC, 2013).

**Dólar:** Es la denominación de la moneda de uso oficial de distintos países, entre ellos destaca Estados Unidos por tener el mayor nivel de moneda circulante en el mundo. No obstante, la plétora de países poseedores de una moneda norteamericana. Esta circunstancia está motivada porque esta moneda es la utilizada para acumular de reservas por los diversos estados que existe.

**Euro:** Es la moneda de curso legal en una parte de los países de la unión europea. Su circulación cobró lugar en el 2002, año en que sobrepasó a la cotización del dólar. Previamente, ya estaba su proyecto en el Tratado de la Unión Europea, donde se establece la creación de una unión monetaria en la que participarían los países que cumplieran con una serie de normativas pautadas de antemano.

**Divisas:** Este concepto hace referencia a una moneda utilizada en una región ajena a su origen. En otras palabras, es una moneda extranjera. Así, la libra esterlina británica constituye una divisa fuera de las fronteras del Reino Unido y el dólar estadounidense es una divisa fuera de Estados Unidos.

**Garantía.** Cualquier valor que protege al acreedor en caso de que el deudor no pague su deuda. Los créditos de altas sumas piden como garantía bienes inmuebles. (Ramos, ComparaGuru.com, 2015)

**Interés.** Es la cantidad de dinero que se recibe por una inversión o que se debe pagar por un crédito. (Ramos, Compara.Guru.com, 2015)

**Moneda.** Es un elemento que se utiliza en todo el mundo como medida de cambio, de dinero para adquirir objetos, productos, entre otros, está hecha de

materiales ultra resistentes como puede ser el metal, en el sistema financiero es fundamental y de mucha importancia puede ser de metal, la plata o el oro, dispone de una forma redonda y esta acuñada con diversos motivos y distintos que acreditan su valor de cambio y que serán por una autoridad competente. En los primeros tiempos de la civilización humana se usaba en el trueque para conseguir o adquirir productos, que justamente se intercambiaban por otras símiles o que disponen de un mismo valor para la contraparte. Se usan como medio de pago de bienes placas y lingotes. (Ucha, Definicion ABC, 2014).

**Préstamo.** La persona que solicita un préstamo a una entidad bancaria en el prestatario, quien deberá devolver el capital más unos intereses. La entidad o persona que presta el dinero es el prestador. En cualquier caso, prestatario pactan de qué manera debe ser devuelto el dinero (los intereses, el plazo, posibles penalizaciones, etc). Prestamistas es otra de las palabras de la misma familia. Un prestamista es aquella persona que se dedica a prestar dinero a los demás y normalmente suele cobrar más intereses que un banco. La palabra prestamista tiene como connotación peyorativa, ya que en ocasiones las personas que se dedican a esta actividad imponen unas condiciones muy exigentes al prestatario y algunos de ellos actúan al margen de la ley. (Navarro, 2016)

**Plazo.** En otro ámbito en el cual el termino plazo goza de una especial importancia es en el mundo e las finanzas, ya que como plazo fijo se conoce a aquellas operaciones financieras, por las cuales los bancos, a cambio del mantenimiento de ciertos recursos monetarios inmovilizados durante un tiempo determinado, reportara a quien toma ese plazo fijo, un particular o una empresa, una rentabilidad financiera que puede ser fija o variable y que se manifestará en dinero o en especie, según



corresponda. (Ucha, Definición ABC, 2009)

**Tipos de cambio:** Cuando hablamos de tipo o tasa de cambio nos estamos refiriendo a la comparación entre dos monedas de acuerdo con los valores de la economía mundial. Existen dos tipos de cambio en la práctica: nominal y el real. El cambio nominal es la relación directa que existe entre la moneda de un país con la del otro. En cambio el cambio real es el que distingue la relación entre los bienes y servicios de un país por los de otro, considerando su impacto en la economía de un individuo o sociedad.

## **CAPITULO III. HIPÓTESIS**

### **3.1 Hipótesis General**

La imagen de entidad confiable y segura que deben ganar las cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Callería, serán producto de la adopción de una gestión basada en las prácticas de gestión de calidad.

### **3.2 Hipótesis Específicas**

- El cumplimiento del marco de la formalización contribuirá a fortalecer la imagen de las cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Callería, año 2018.
- La práctica de un plan de atención al cliente y revisado periódicamente, permitirá brindar un servicio sostenible en las microempresas del sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Calleria, año 2018.

## CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 4.1 Diseño de Investigación

El diseño de esta investigación fue:

- **No experimental:** La investigación es no experimental. Porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto.
- **Descriptivo:** La investigación tuvo carácter descriptivo. Sólo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.
- **Transversal:** Es transversal, porque el estudio se realizó en un determinado espacio de tiempo.

#### 4.1.1 Tipo de Investigación

Es del tipo cuantitativa. En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

#### 4.1.2 Nivel de investigación

Es nivel descriptivo: para el desarrollo de la investigación se priorizo comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

### 4.2 Universo y Muestra

#### 4.2.1 Población

Está constituida por las cooperativas de ahorro y créditos del distrito de

Callería.

Para conocer el número de estas empresas en la localidad, se solicitó información a las fuentes de información como el portal de la Superintendencia de Banca y Seguros SBS, Municipalidad Provincial de Coronel Portillo y SUNAT.

Como producto de estas averiguaciones, se determinó que el número de cooperativas es de seis (6).

#### 4.2.2 Muestra

Siendo el tamaño de la población de seis cooperativas, no fue necesario utilizar instrumento de muestreo estadístico:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

**Dónde:**

N	Población	
Z	Nivel de confianza	95% (1.96)
E	Margen de error	5% (0.05)
P	probabilidad de éxito	0.5
Q	probabilidad de fracaso	0.5
$\varepsilon$		1-0.95

Para realizar la investigación se identificaron a las seis cooperativas, entre ellas tenemos:

### Cooperativas de Ahorro y Crédito

Cooperativa de Ahorro y Crédito Pucallpa	Jr. Julio C. Delgado N° 143
San Francisco LTDA N° 289	Jr. Independencia 309
Presta Perú Pucallpa	Jr. Huascar N° 513
Cooperativa de Ahorro y Crédito "EL TUMI"	Jr. Agustin Caúper 214
Cooperativa de y Crédito Sol Amazónico	Jr. Sargento Fernando Lores Nro. 398 A.H. Pedro Portillo (1 Cuadra de Avenida Unión)
COOPETROPERU	<b>(Dirección:</b> Calle Comandante Barrera S/N <b>Teléfono:</b> (061) 570391).

*Fuente:* Elaborado por Erick Donayre Ahorro

### 4.3 Definición y Operacionalización de Variables

**Tabla 1.** Definición y Operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Gestión de Calidad</b>	Planear y gerenciar para el mejoramiento continuado del sistema de calidad, incluyendo el uso de la política de calidad, objetivos y los datos sobre el desempeño de la calidad.	Plan de Calidad	- ¿En su gestión tiene como propósito la mejora continua?	<b>Nominal</b>
		Procesos Estandarizados	- ¿Cuenta con procesos identificados y estandarizados?	<b>Nominal</b>
		Misión, Visión, Valores	- ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?	<b>Nominal</b>
<b>Enfoque en el cliente</b>	Es la identificación de los requerimientos de los clientes y la medición de su satisfacción, obedece a un proceso metodológico con una secuencia de pasos.	Nivel de Servicio	- ¿Ha organizado la disposición de sus ambientes para comodidad del cliente? - ¿Capacita o entrena al personal para brindar un servicio amable?	<b>Nominal</b>
		Información al cliente.	- ¿Atiende sugerencias y brinda información a sus clientes?	<b>Nominal</b>

*Fuente:* Elaborado por Erick Donayre.

## **4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

### **4.4.1 Técnicas**

- Revisión documental
- Visita de campo
- Observación
- Encuesta
- Entrevista.

### **4.4.2 Instrumentos**

Con la finalidad de recoger datos de las mypes seleccionadas como fuente de investigación, se elaboró un cuestionario estructurado de 19 preguntas presentado en una encuesta.

## **4.5 Plan de análisis de datos**

Los datos recolectados en la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación se utilizó el programa IBM SPSS STATISTICS versión 24 especial para estadística e investigación.

#### 4.6 Matriz de Consistencia

**Tabla 2:** Matriz de Consistencia de la Investigación

PROBLEMA	¿El cumplimiento de los aspectos de formalización y adopción de una gestión basado en la calidad, mejoraría la imagen de las cooperativas de ahorro y crédito como entidades de servicio financiero y calidad de servicio a sus asociados?	OBJETIVOS		VARIABLES	HIPOTESIS		METODOLOGIA	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
				<b>Objetivo General</b>	Comprobar en las microempresas del sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito, del distrito de Calleria, año 2018 la gestión con herramientas de calidad y orientación a calidad en servicio al cliente.	<b>Variable Dependiente</b> Atención al Cliente	<b>Hipótesis General</b>	La imagen de entidad confiable y segura que deben ganar las cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Callería, serán producto de la adopción de una gestión basada en las prácticas de gestión de calidad.
							<b>Nivel de Investigación</b> Descriptiva	<b>Fuente</b> Portal de la Superintendencia de Banca y Seguros, Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, SUNAT.
								<b>Instrumento</b> Cuestionario



		<p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar si las mypes en el sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Calleria, se encuentra en el marco de la formalización.</li> <li>• Conocer si las mypes del sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Calleria, enmarcan sus</li> </ul>	<p><b>Variable Independiente</b></p> <p>Gestión de Calidad</p>	<p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El cumplimiento del marco de la formalización contribuirá a fortalecer la imagen de las cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Callería, año 2018.</li> <li>• La práctica de un plan de atención al cliente y revisado periódicamente, permitirá brindar un servicio sostenible en</li> </ul>	<p><b>Diseño de la Investigación</b></p> <p>-No experimental, transversal y descriptivo.</p>	<p><b>Población</b></p> <p>Seis cooperativas de ahorro y crédito.</p>
--	--	--	--	--	--	---

			<p>operaciones enfocadas en el cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer si las mypes en el sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Callería, capacitan a su personal para brindar una experiencia de servicio al cliente.</li> </ul>			<p>las microempresas del sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito del distrito de Callería, año 2018.</p>		<p style="text-align: center;"><b>Muestra</b></p> <p>El 100,0% de la población.</p>
--	--	--	--	--	--	---	--	---

*Fuente: Elaborado por Erick Donayre.*

#### **4.7 Principios Éticos**

Los principios éticos se refieren a aquellos juicios generales que sirven como justificación básica para las muchas prescripciones y evaluaciones éticas particulares de las acciones humanas.

Nuestra investigación ha procurado mantener presente tres principios básicos, en lo que consta los principios éticos que presenta nuestra investigación, en todo su desarrollo:

- Se informó el objetivo de trabajo.
- Ninguna de las preguntas atento contra de la salud física, moral y social de los participantes.
- Los instrumentos fueron anónimos.

Siendo estos principios acordes con nuestra tradición cultural y particularmente relevantes para la ética de la investigación con personas.

## CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1 Resultados

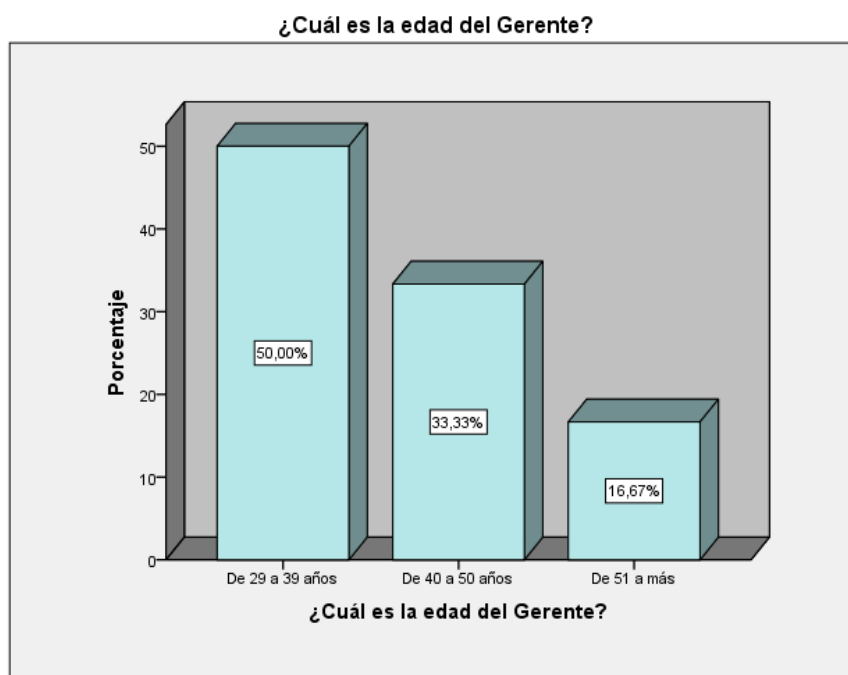
#### A. Datos del Gerente

**TABLA 3**  
**¿Cuál es la edad del Gerente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 29 a 39 años	3	50,0	50,0	50,0
	De 40 a 50 años	2	33,3	33,3	83,3
	De 51 a más	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 3**



**Fuente:** Tabla 3

#### **INTERPRETACIÓN:**

La mitad (50%) de los gerentes del sector financiero, cooperativas de ahorro y crédito, son jóvenes, cuyo rango de edad esta entre 29 a 39 años, como muestra la figura 3.

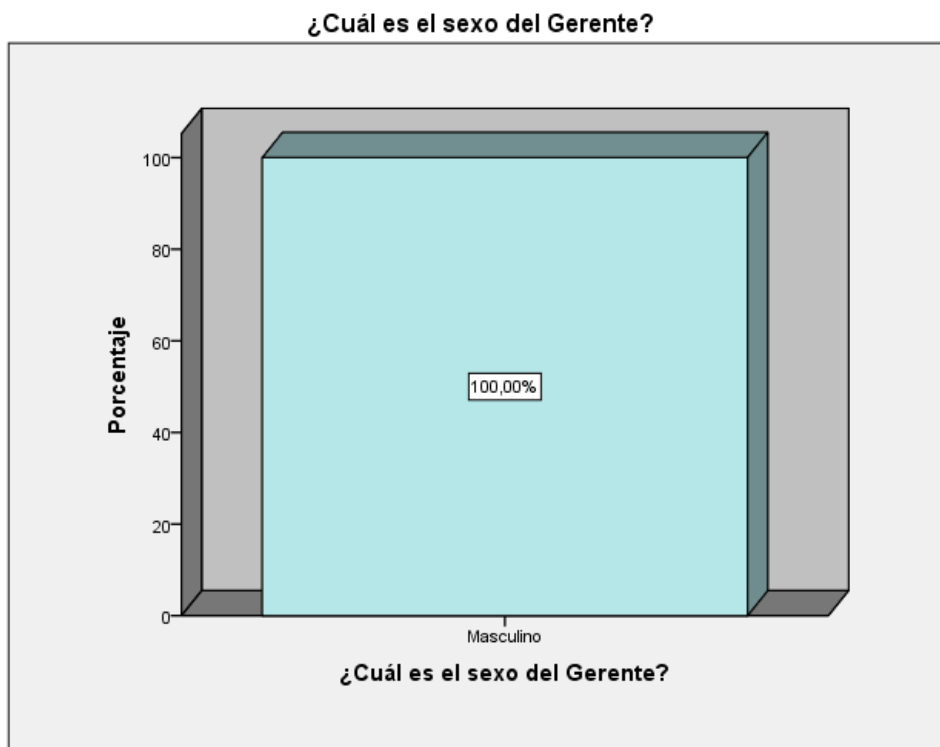
**TABLA 4**

**¿Cuál es el sexo del Gerente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	6	100,0	100,0	100,0

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 4**



**Fuente:** Tabla 4

**INTERPRETACIÓN:**

El resultado muestra que el 100% de los gerentes del sector en estudio, es gerenciado por el sexo masculino.

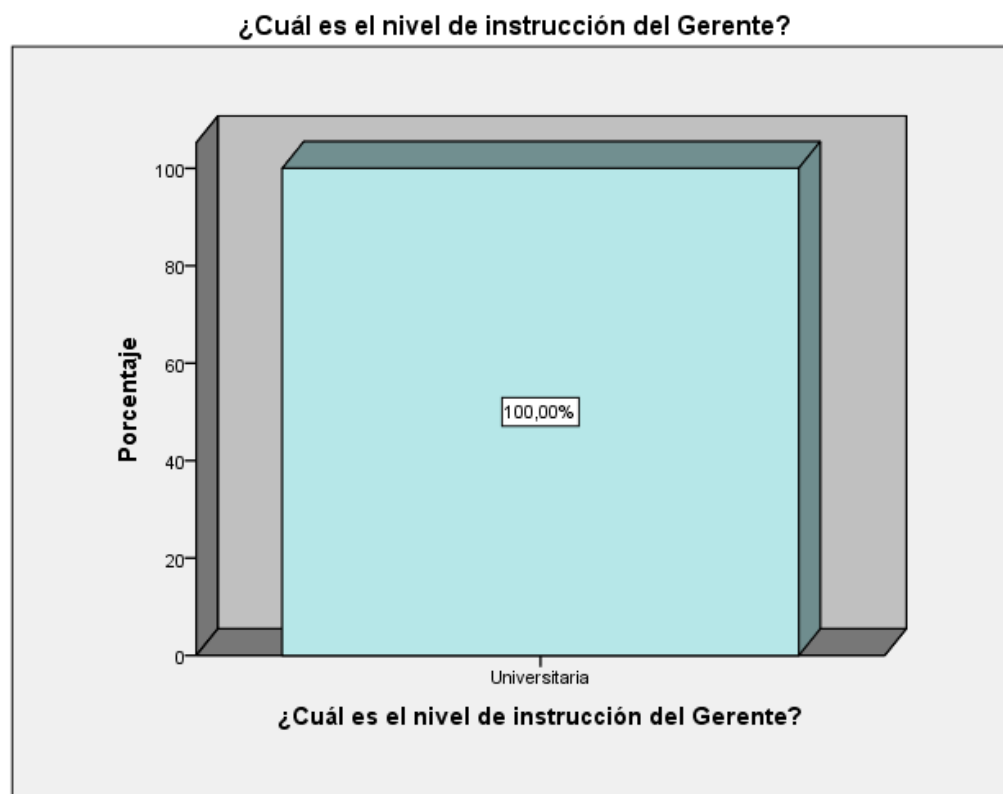
**TABLA 5**

**¿Cuál es el nivel de instrucción del Gerente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Universitaria	6	100,0	100,0	100,0

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 5**



**Fuente:** Tabla 5

**INTERPRETACIÓN:**

El resultado de la muestra indica que el 100% de gerentes refieren nivel universitario, lo cual indica una alta capacidad de gestión en el sector financiero, cooperativas de ahorro y crédito.

## B. De la gestión de la cooperativa

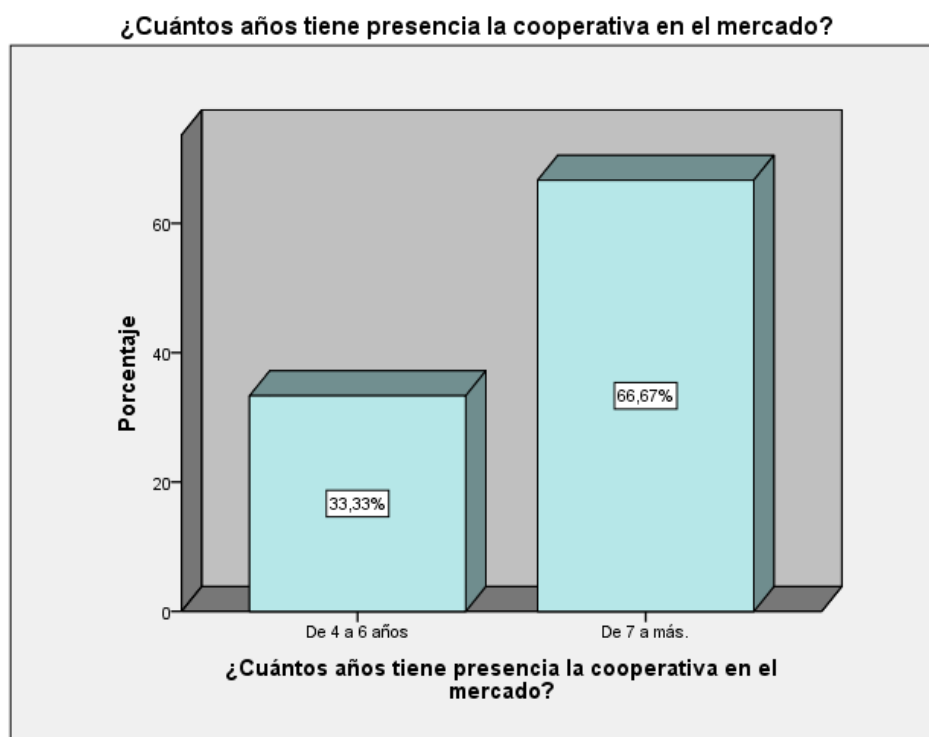
**TABLA 6**

**¿Cuántos años tiene presencia la cooperativa en el mercado?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 4 a 6 años	2	33,3	33,3	33,3
	De 7 a más.	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 6**



**Fuente:** Tabla 6

### **INTERPRETACIÓN:**

La muestra indica que el 66,67% tienen 7 años a más funcionando en el mercado y el 33,33% de 4 a 6 años, esto indica que el sector financiero va en crecimiento.

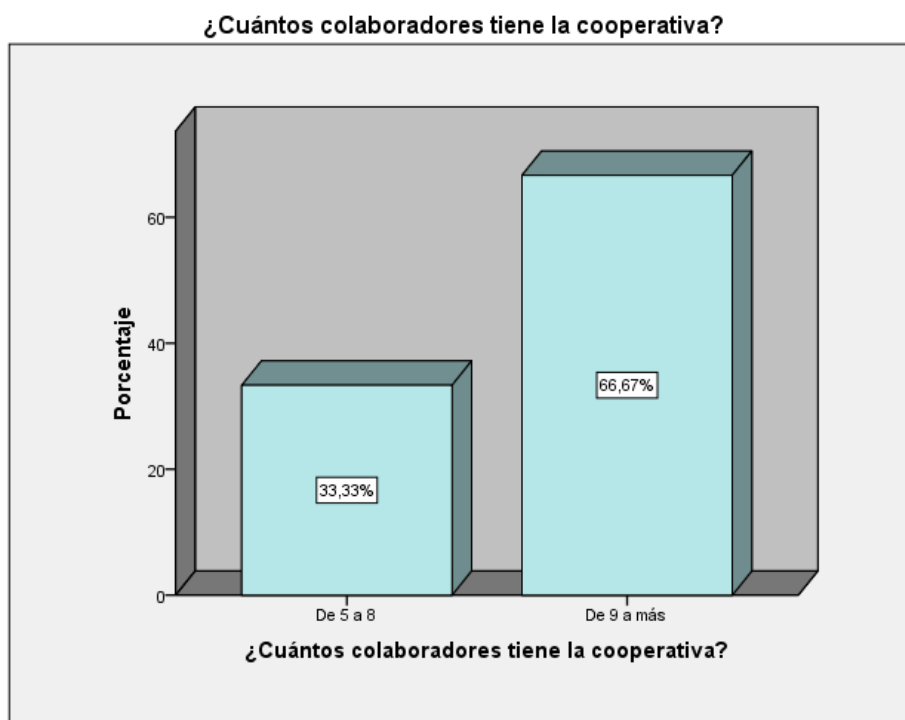
**TABLA 7**

**¿Cuántos colaboradores tiene la cooperativa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 5 a 8	2	33,3	33,3	33,3
	De 9 a más	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 7**



**Fuente:** Tabla 7

**INTERPRETACIÓN:**

El resultado de la muestra nos indica que el 33,33% de cooperativas cuentan “de 5 a 8 colaboradores” y el 66,67% “de 9 a más colaboradores”.



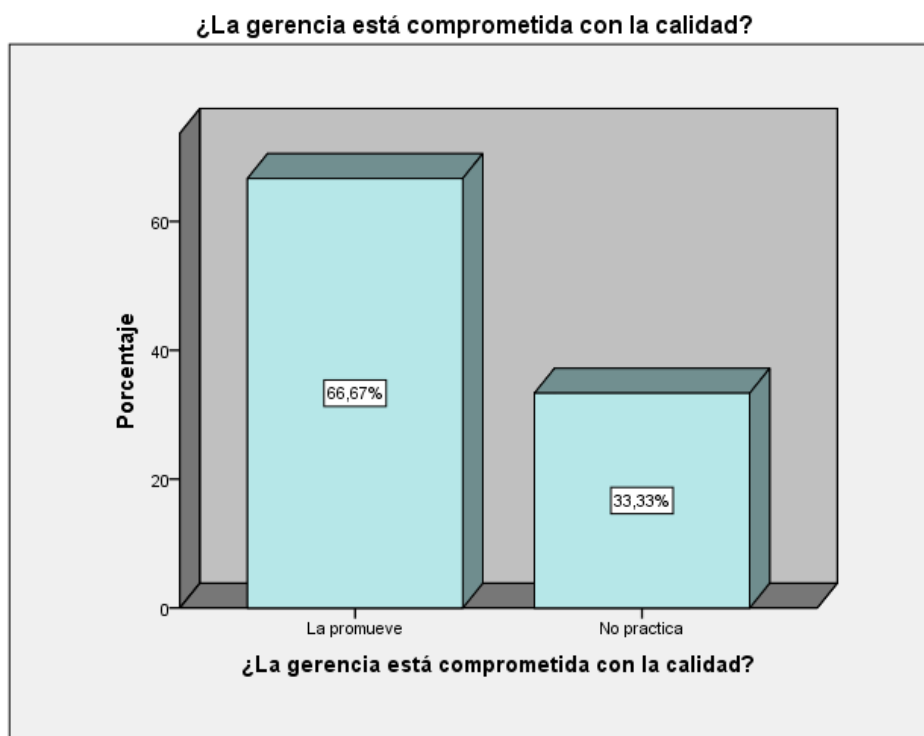
**TABLA 8**

**¿La gerencia está comprometida con la calidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La promueve	4	66,7	66,7	66,7
	No practica	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 8**



**Fuente:** Tabla 8

**INTERPRETACIÓN:**

Estos datos nos muestran que el 66,67% de las mypes del sector financiero está comprometida con una gestión de calidad.

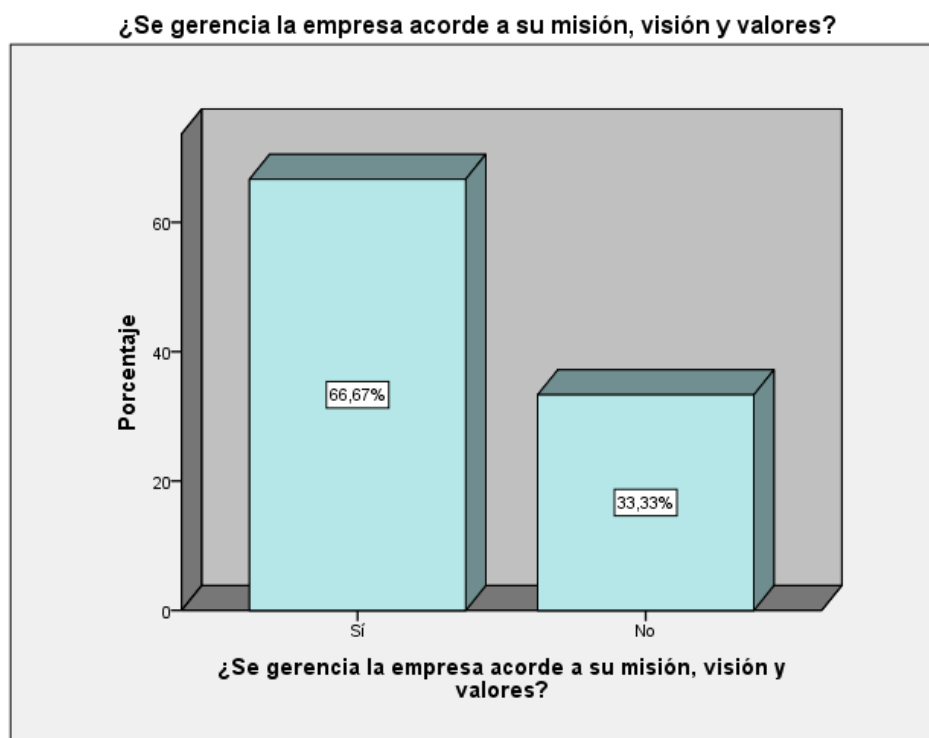
**TABLA 9**

**¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	66,7	66,7	66,7
	No	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 9**



**Fuente:** Tabla 9

**INTERPRETACIÓN:**

El 66,7% de la población encuestada respondieron que llevan la gerencia teniendo en cuenta la misión, visión y valores de la empresa, sin olvidar objetivo principal de la organización.

**TABLA 10**

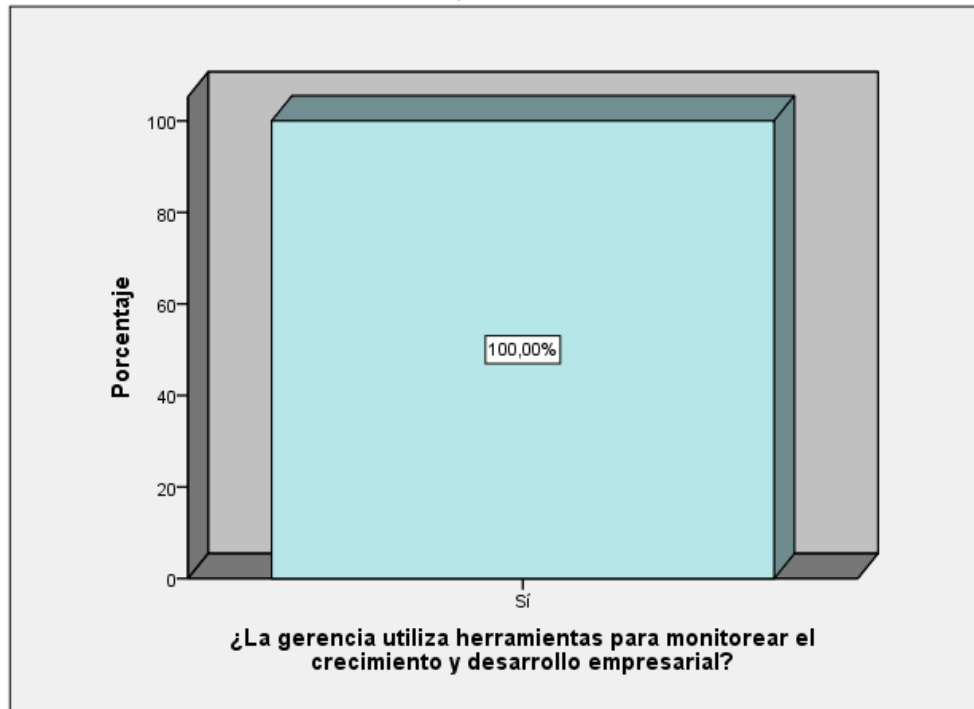
**¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	6	100,0	100,0	100,0

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 10**

**¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?**



**Fuente:** Tabla 10

**INTERPRETACIÓN:**

El 100% de la población encuestada respondieron, que para ganar en eficacia y productividad, es indispensable utilizar herramientas y técnicas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial, estos sistemas facilitan el control y actividades de la empresa.

**TABLA 11**

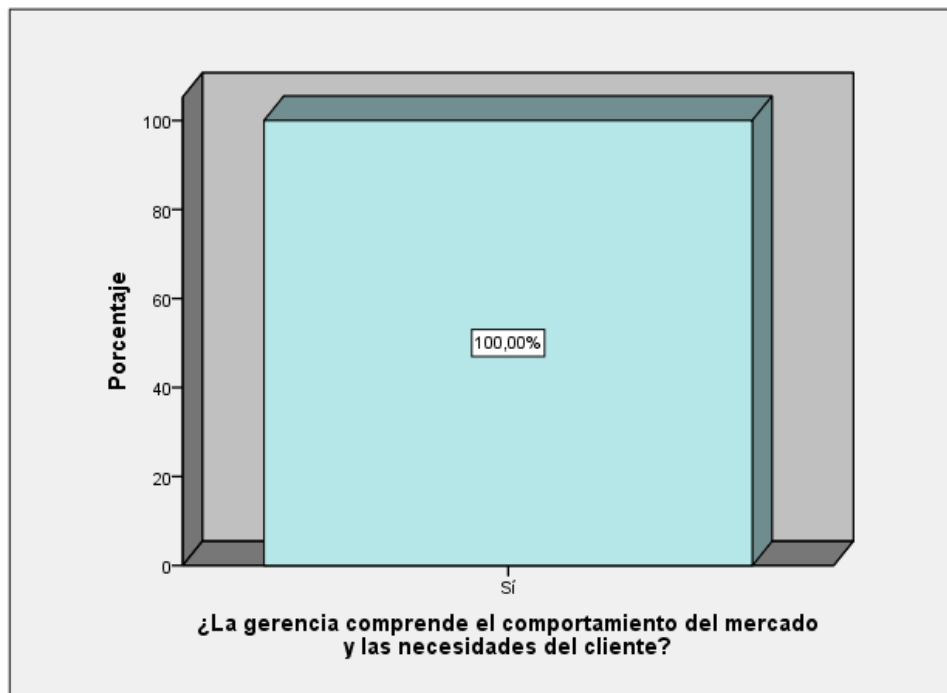
**¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	6	100,0	100,0	100,0

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 11**

**¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?**



**Fuente:** Tabla 11

**INTERPRETACIÓN:**

En base a las encuestas y como podemos ver en la figura 11, los altos directivos de las mypes del sector financiero, cooperativas de ahorro comprenden que la mejor forma de satisfacer las necesidades de los clientes es conociendo su comportamiento en el mercado, representando un 100%.

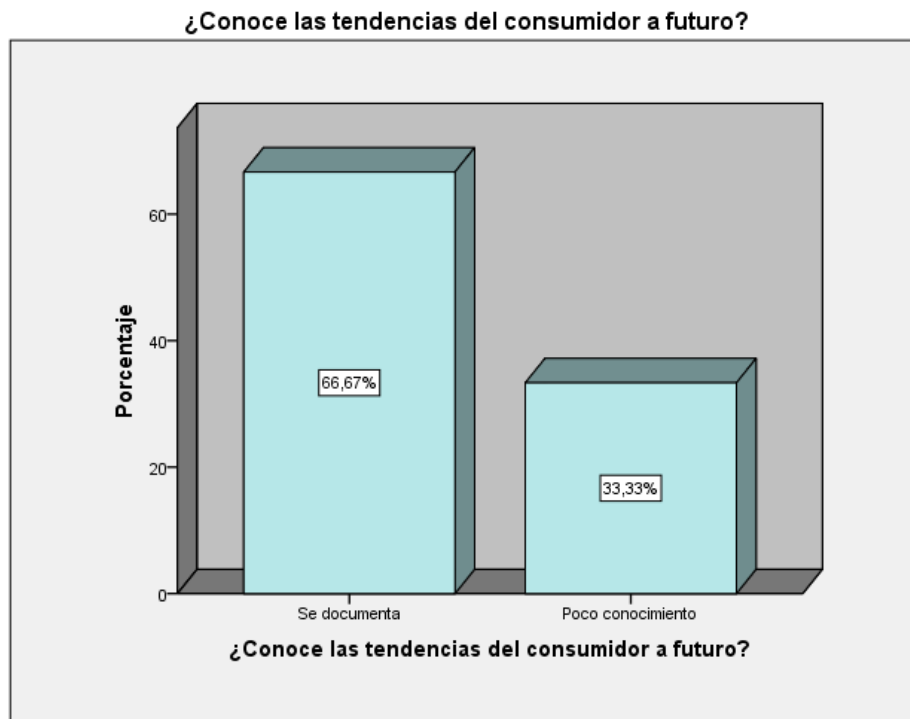
**TABLA 12**

**¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se documenta	4	66,7	66,7	66,7
	Poco conocimiento	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 12**



**Fuente:** Tabla 12

**INTERPRETACIÓN:**

66,67 % de las mypes del sector financiero esta actualizada con las últimas tendencias del consumidor a futuro y nos muestra también que un 33,33 % no está invirtiendo en prepararse para el futuro.

C. De la atención al cliente

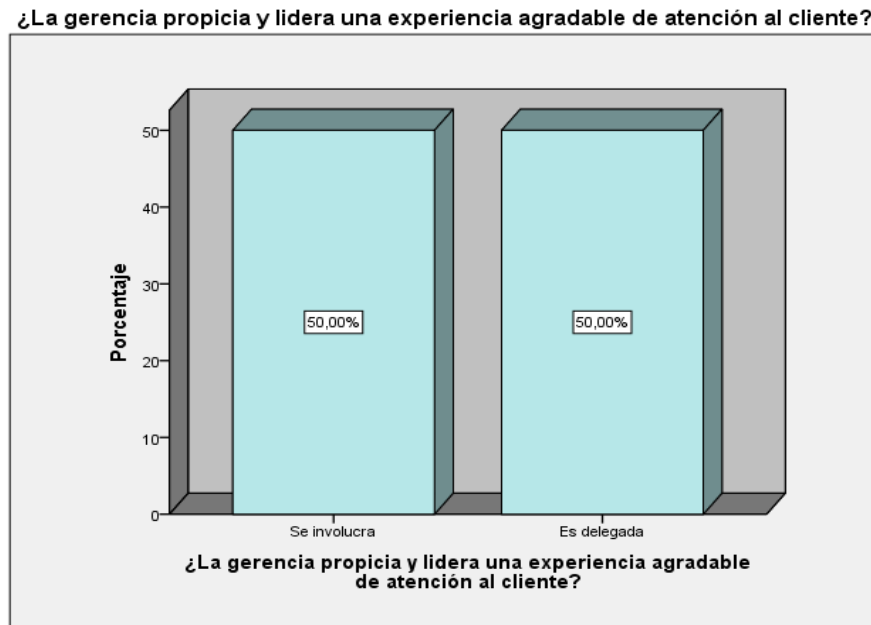
**TABLA 13**

**¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se involucra	3	50,0	50,0	50,0
	Es delegada	3	50,0	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 13**



**Fuente:** Tabla 13

**INTERPRETACIÓN:**

Los datos recogidos de la investigación nos muestran que el 50% de los gerentes de las mypes del sector en estudio, se involucran en los protocolos de atención al cliente, liderando junto con su organización una experiencia positiva de servicio.

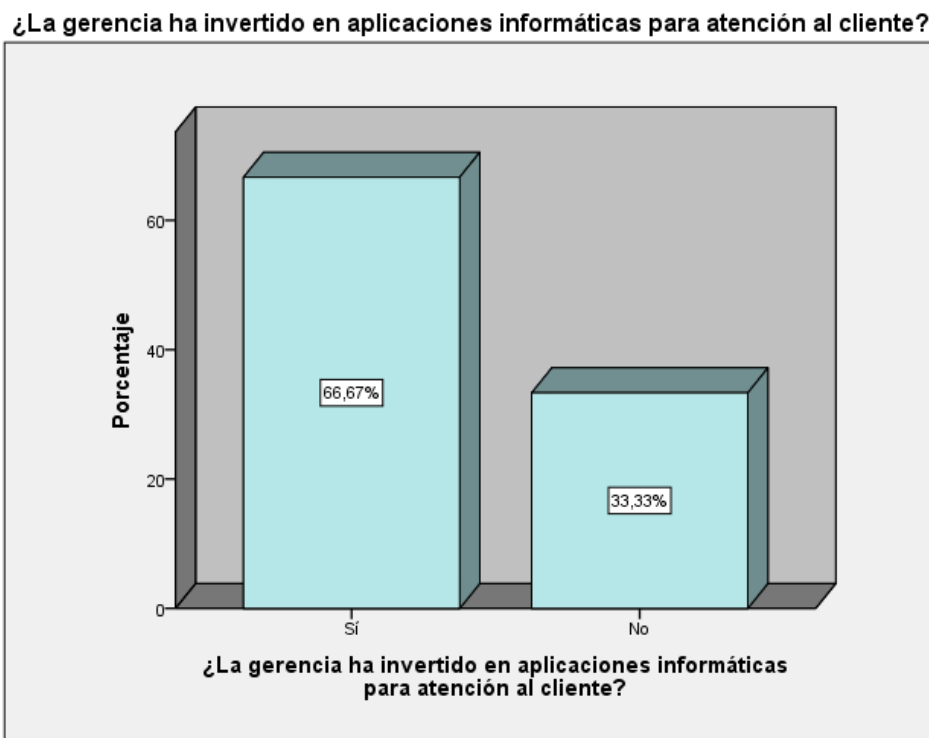
**TABLA 14**

**¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	66,7	66,7	66,7
	No	2	33,3	33,3	100,0
Total		6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 14**



**Fuente:** Tabla 14

**INTERPRETACIÓN:**

El 66.67% de la población encuestada respondieron haber invertido en aplicaciones informáticas que le permitirán tener una gestión de calidad y servicio al cliente, a diferencia del 33,33%.

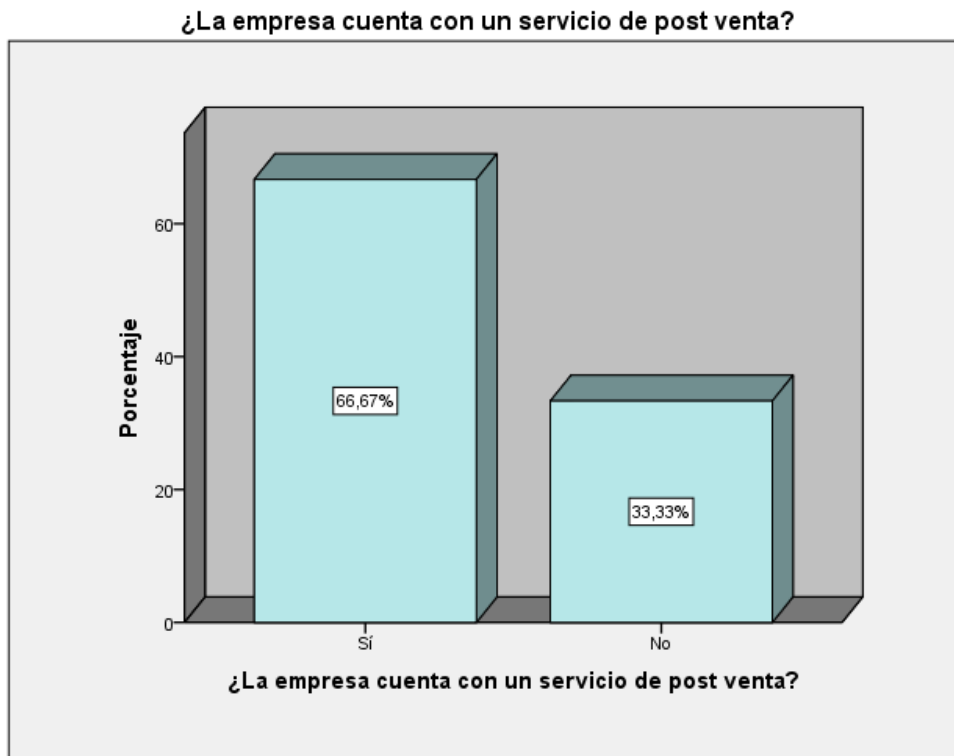
**TABLA 15**

**¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	66,7	66,7	66,7
	No	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 15**



**Fuente:** Tabla 15

**INTERPRETACIÓN:**

Vemos el resultado de las encuestas en la figura 15, las mypes del sector financiero, cooperativa de ahorro y crédito poseen un servicio de post venta, garantizando de esta manera tener clientes recurrentes y que cumplan sus expectativas, representando un 66.67%.



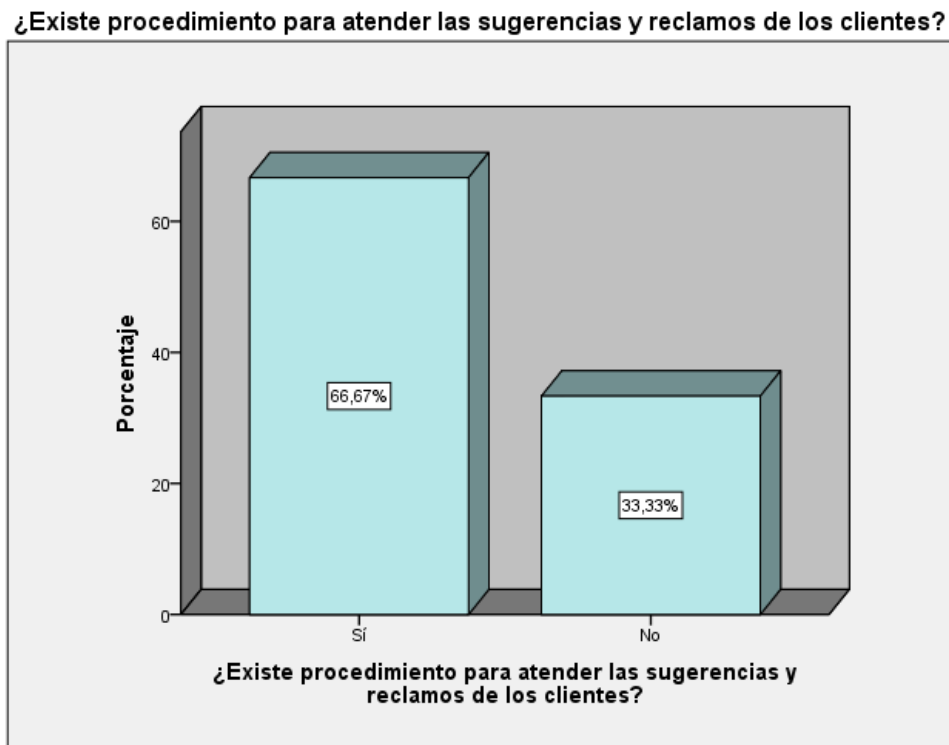
**TABLA 16**

**¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	66,7	66,7	66,7
	No	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 16**



**Fuente:** Tabla 16

**INTERPRETACIÓN:**

Según los datos obtenidos de la investigación, el 66,67% de las mypes cuentan con procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes.

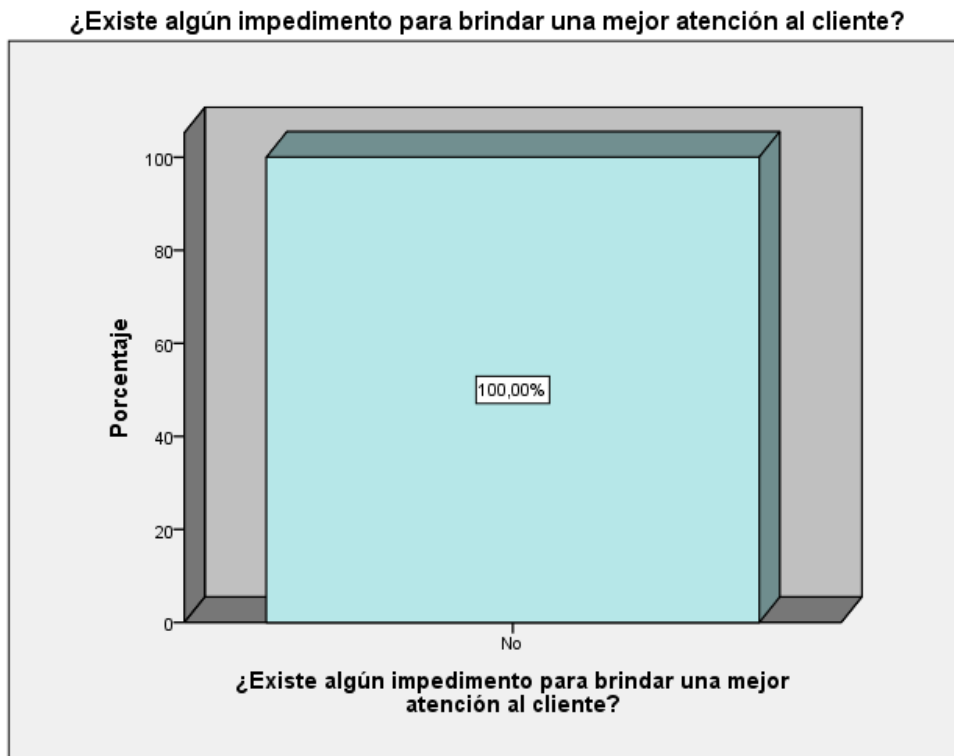
**TABLA 17**

**¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	6	100,0	100,0	100,0

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 17**



**Fuente:** Tabla 17

**INTERPRETACIÓN:**

El 100% de los microempresarios del sector financiero, cooperativa de ahorro y crédito, están seguros y afirman no tener ningún impedimento para brindar una mejor atención al cliente.

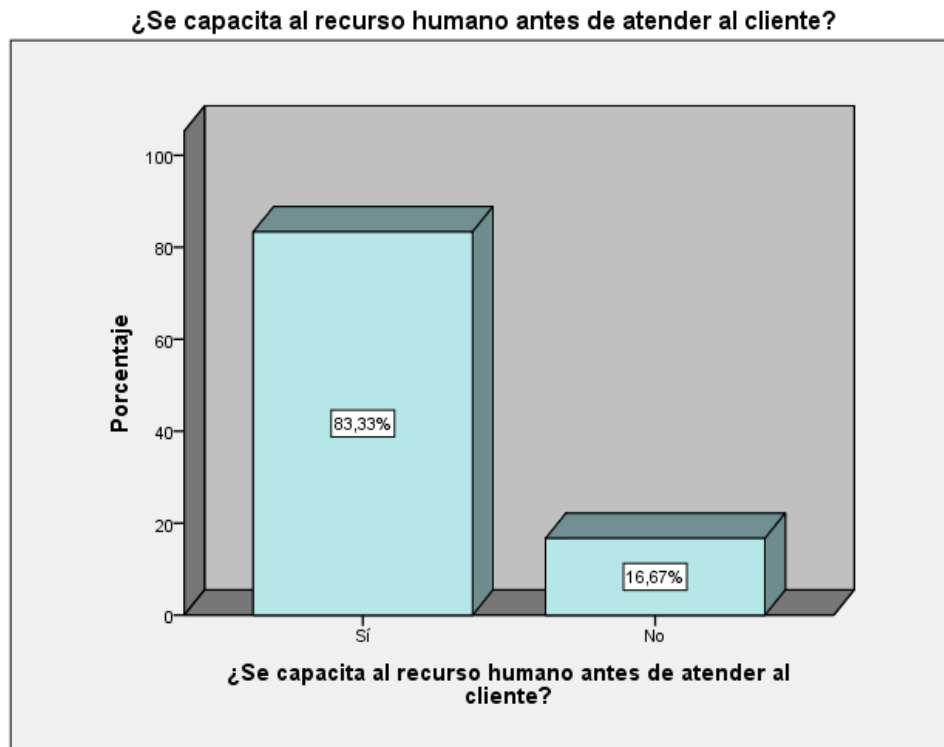
**TABLA 18**

**¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	5	83,3	83,3	83,3
	No	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 18**



**Fuente:** Tabla 18

**INTERPRETACIÓN:**

Más de la tercera parte 83.33% de los microempresarios del sector financiero, cooperativas de ahorro y crédito, capacitan a su personal, siendo el capital humano el recurso más importante de la organización.

**TABLA 19**

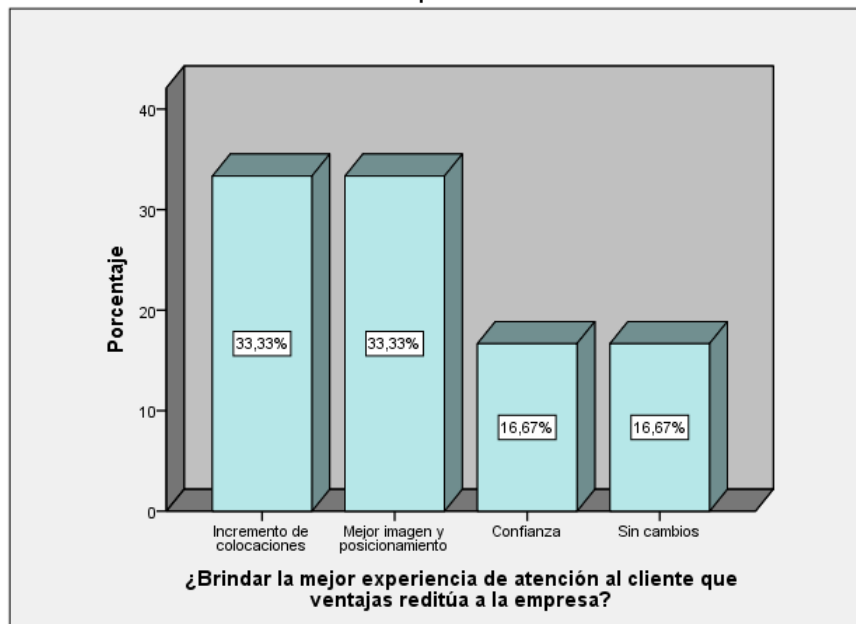
**¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa a la empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Incremento de colocaciones	2	33,3	33,3	33,3
	Mejor imagen y posicionamiento	2	33,3	33,3	66,7
	Confianza	1	16,7	16,7	83,3
	Sin cambios	1	16,7	16,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 19**

**¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa a la empresa?**



**Fuente:** Tabla 19

**INTERPRETACIÓN:**

Los resultados indican que el 33,33% trae beneficios de “incremento de colocaciones”; 33,33% “mejora la imagen y posicionamiento”; 16,7% “gana la confianza”.

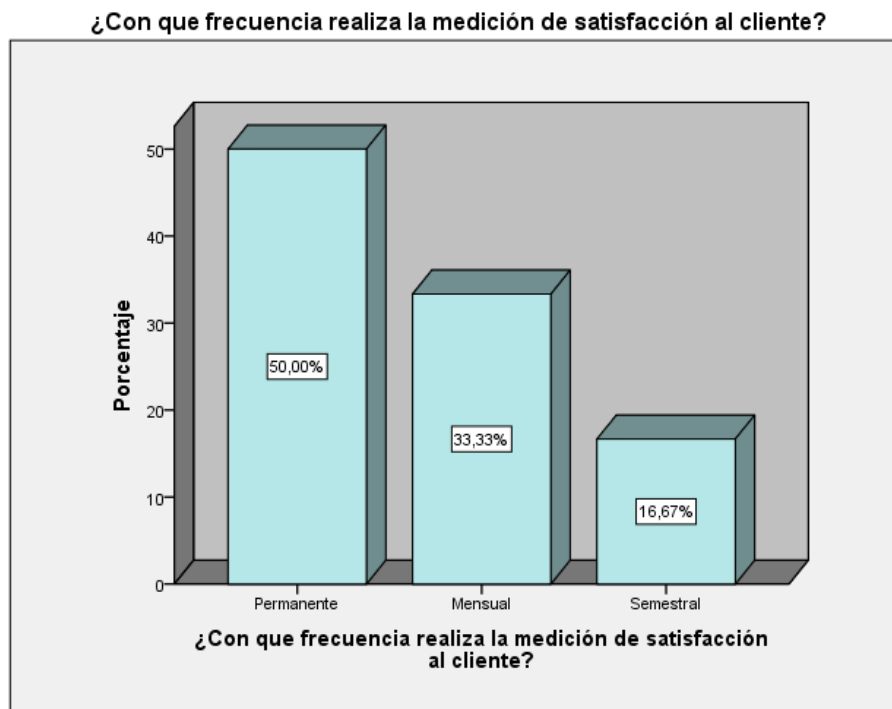
**TABLA 20**

**¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Permanente	3	50,0	50,0
	Mensual	2	33,3	83,3
	Semestral	1	16,7	100,0
	Total	6	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 20**



**Fuente:** Tabla 20

**INTERPRETACIÓN:**

En base a las encuestas y como podemos ver en la figura 20, las mypes del sector financiero, cooperativa de ahorro y crédito realizan permanentemente la medición de satisfacción al cliente, como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de calidad, representando un 50%.

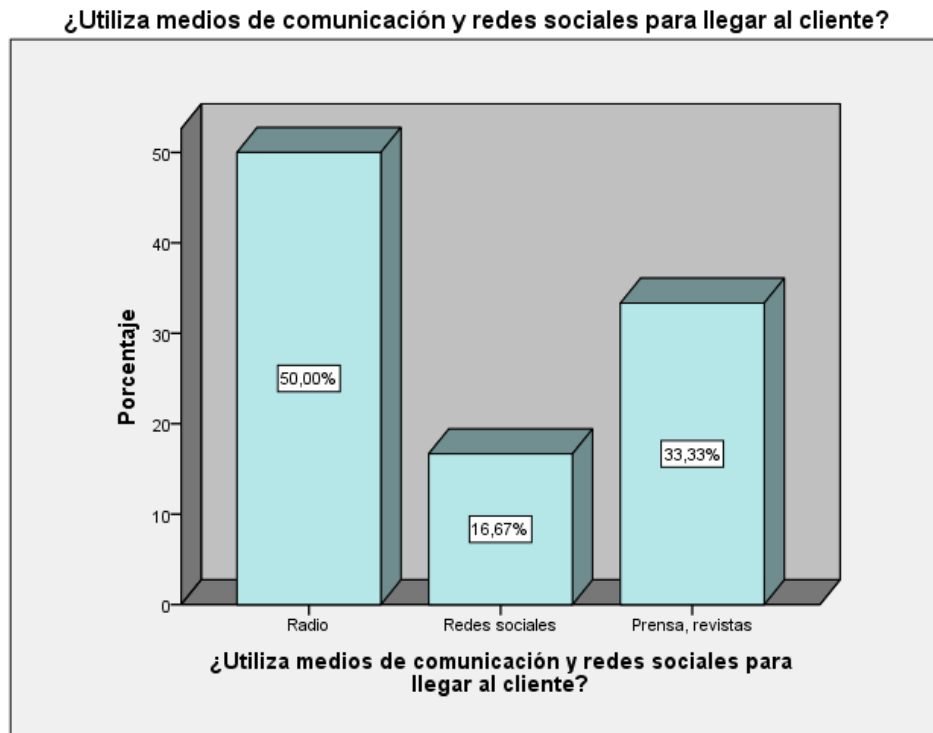
**TABLA 21**

**¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Radio	3	50,0	50,0	50,0
	Redes sociales	1	16,7	16,7	66,7
	Prensa, revistas	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados obtenidos de las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito.

**FIGURA 21**



**Fuente:** Tabla 21

**INTERPRETACIÓN:**

La mitad (50%) de los microempresarios del sector financiero, cooperativas de ahorro y crédito, utilizan a la radio como medio de comunicación para llegar al cliente, como muestra la figura 21.

## **5.2 Análisis de resultados**

Las cooperativas son empresas del sistema financiero que constituyen una opción para la comunidad y se basan en la confianza y sentido de pertenencia entre sus asociados sin olvidar sobre todo su esencia o espíritu cooperativo.

Esta afirmación y trascendencia de las cooperativas se tratan en la tesis de Corral, V.; Marshall, C.; Romero, S. (Argentina- 2006), denominada “*Cooperativas Agrarias en Argentina*”. Concluyendo que el espíritu cooperativo sinérgico de estas entidades, se mantienen con la comunidad en la cual actúan y por ello se mantienen vivos y continúan desarrollándose, pasando de una generación a la siguiente con la misma fuerza con la que los conformaron sus asociados.

### **a) Datos del Gerente**

#### **¿Cuál es la edad del Gerente?**

**ANÁLISIS:** El 50% de los microempresarios del sector financiero, cooperativas de ahorro y crédito, son jóvenes adultos, cuyo rango de edad esta entre 29 a 39 años.

#### **¿Cuál es el Sexo del Gerente?**

El 100% de los microempresarios del sector en financiero, es gerenciado por el sexo masculino.

#### **¿Cuál es el nivel de instrucción del Gerente?**

El resultado de la muestra indica que el 100% de gerentes refieren nivel universitario, lo cual indica una alta capacidad de gestión en el sector financiero, cooperativas de ahorro y crédito.

### **b) De la gestión de la cooperativa**

#### **¿Cuántos años tiene presencia la cooperativa en el mercado?**

La muestra indica que el 66,67% tienen 7 años a más funcionando en el mercado y el 33,33% de 4 a 6 años, esto indica que el sector financiero va en crecimiento.

**¿Cuántos colaboradores tiene la cooperativa?**

El resultado de la muestra nos indica que el 33,33% de cooperativas cuentan “de 5 a 8 colaboradores” y el 66,67% “de 9 a más colaboradores”.

**¿La gerencia está comprometida con la calidad?**

El 66,67% de las mypes del sector financiero está comprometida y practica una gestión de calidad.

**¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?**

Las cooperativas encuestadas respondieron que llevan la gerencia teniendo en cuenta la misión, visión y valores de la empresa, sin olvidar objetivo principal de la organización.

**¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?**

El 100% de la población encuestada respondieron, que para ganar en eficacia y productividad, es indispensable utilizar herramientas y técnicas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial, estos sistemas facilitan el control y actividades de la empresa.

Así se sustenta en la tesis de Huaytalla, F.; Pariona, J. (Ayacucho- 2014), denominada “*Gestión empresarial y crecimiento de las cooperativas de ahorro y crédito de ahorro y crédito en la ciudad de Ayacucho*”. Cuyo objetivo fue determinar el efecto de la gestión empresarial en el crecimiento de las cooperativas de ahorro y crédito de ahorro y crédito de Santa María Magdalena y San Cristóbal de la ciudad Ayacucho, 2005-2010.



Se concluye que la gestión en tecnología crediticia afecta positivamente en los ingresos financieros de las cooperativas de Ahorro y Crédito, a través de la sistematización por los software financieros y los software moderno principalmente, las cuales se representa en valores monetarios, teniendo en cuenta el uso del factor humano, tecnología crediticia y estrategia de publicidad, la cual muestra un resultado como eficiente gestión empresarial tanto en factor humano, tecnología crediticia y la estrategia de promoción, que ha permitido crecer de manera sostenida el mercado financiero a través de la administración, colocación y captación de los recursos financieros en la ciudad de Ayacucho periodo 2005-2010.

**¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?**

En base al análisis de las encuestas los gerentes de las mypes del sector financiero, cooperativas de ahorro comprenden que la mejor forma de satisfacer las necesidades de los clientes es conociendo su comportamiento en el mercado, representando un 100%.

**¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?**

En el análisis 66,67 % de las mypes del sector financiero esta actualizada con las últimas tendencias del consumidor a futuro y nos muestra también que un 33,33 % no está invirtiendo en prepararse para el futuro.

**c) De la atención al cliente**

**¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?**

Los datos recogidos de la investigación nos muestran que el 50% de los gerentes de las mypes del sector en estudio, se involucran en los protocolos de atención al cliente, liderando junto con su organización una experiencia positiva de servicio.

Calzada, M. (Huánuco- 2017), en su tesis *“La ética profesional y la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Señor de los Milagros Huánuco - 2017”*.

Se determina de qué manera la ética profesional y la moral se relaciona con la calidad de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito “SEÑOR DE LOS MILAGROS” Huánuco 2017. *Al final de la investigación se concluye que la ética profesional, la deontología, y la moral se relacionan con la calidad de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito “SEÑOR DE LOS MILAGROS” - sede Huánuco 2017.*

#### **¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?**

El 66.67% de las cooperativas encuestadas respondieron haber invertido en aplicaciones informáticas que le permiten agilizar sus procesos de servicio al cliente, a diferencia del 33,33%. que no posee ninguna.

#### **¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?**

Vemos el resultado de las encuestas en la figura 15, las mypes del sector financiero, cooperativa de ahorro y crédito poseen un servicio de post venta, garantizando de esta manera tener clientes recurrentes y que cumplan sus expectativas, representando un 66.67%.

#### **¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?**

Según los datos obtenidos de la investigación, el 66,67% de las mypes cuentan con procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes.

**Calderón N. (2002).** Nos dice que *“el servicio de atención al cliente es el conjunto de*

*actividades que se interrelacionan, con el fin de que el cliente termine satisfecho con el servicio o producto que se le brinda. Un buen servicio al cliente puede llegar al éxito de la empresa para las ventas más poderosas y así generar clientes fieles a la organización, atraer un nuevo cliente es un gran reto para las empresas por lo que las compañías han optado por poner mecanismos adecuados y establecidos sobre mejores tratos y servicio al usuario.”*

**¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?**

El 100% de los microempresarios del sector financiero, cooperativa de ahorro y crédito, están seguros y afirman no tener ningún impedimento para brindar una mejor atención al cliente.

**¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?**

Más de la tercera parte 83.33% de los microempresarios del sector financiero, cooperativas de ahorro y crédito, capacitan a su personal, siendo el capital humano el recurso más importante de la organización.

**¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa a la empresa?**

Los resultados indican que el 33,33% trae beneficios de “incremento de colocaciones”; 33,33% “mejora la imagen y posicionamiento”; 16,7% “gana la confianza”.

**¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?**

En base a las encuestas y como podemos ver en la figura 20, las mypes del sector financiero, cooperativa de ahorro y crédito realizan permanentemente la medición de satisfacción al cliente, como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de calidad, representando un 50%.

**¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?**

La mitad (50%) de los microempresarios del sector financiero, cooperativas de ahorro y crédito, utilizan a la radio como medio de comunicación para llegar al cliente, como muestra la figura 21.

Finalmente, respecto a las expectativas de la investigación tenemos:

### **Enunciado del Problema**

*¿El cumplimiento de los aspectos de formalización y adopción de una gestión basado en la calidad, mejoraría la imagen de las Cooperativas como entidades de servicio financiero y calidad de servicio a sus asociados?*

En efecto, la investigación afirma que las cooperativas que se conducen bajo la metodología de la mejora continua y gestión de calidad, brindan una imagen de confianza a sus clientes y asociados.

### **Objetivo General**

*Comprobar en las microempresas del sector empresarial, cooperativas de ahorro y crédito, del distrito de Calleria, año 2018 la gestión con herramientas de calidad y orientación a calidad en servicio al cliente.*

Al finalizar la investigación se comprueba que 4 de las 6 cooperativas operativas en el distrito de Callería si se gestionan con el uso de herramientas de calidad y enfocadas en servicio al cliente.

## CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 Conclusiones

- Los gerentes del sector financiero, cooperativas de ahorro y crédito, son jóvenes adultos, cuyo rango de edad esta entre 29 a 39 años, de sexo masculino y formación universitaria.
- Cuatro cooperativas tienen presencia en el mercado superior a los 7 años y 2 “de 4 a 6 años”.
- Están comprometidas con la calidad de gestión y mejora continua.
- El 100,0% utilizan herramientas de seguimiento a su gestión como entidad.
- Las cooperativas conocen el comportamiento del mercado, sin embargo solo 4 cooperativas están mejor enteradas de las tendencias del mercado financiero.
- Sin embargo, no todas las gerencias están involucradas en dirigir un papel protagónico de atención al cliente.
- El 66,7% de las cooperativas encuestadas respondieron haber invertido en aplicaciones informáticas que le permiten agilizar sus procesos de servicio al cliente,
- Un sector de cooperativas carece de procedimientos de atención a sugerencias y reclamos y área de post venta, como soporte al cliente.
- No todas las mypes realizan medición de satisfacción al cliente.

## 6.2 Recomendaciones

- Existen cooperativas que son nuevas en el mercado y requieren integrar en su gestión un sistema de calidad, como soporte para mejorar el servicio y mantener un comportamiento estable y competitivo frente a las fluctuaciones en el comportamiento del mercado.
- La gerencia debe buscar un mecanismo para involucrarse en las acciones de atención al cliente.
- Como parte del desarrollo de la entidad, las cooperativas deben hacer uso de la oferta tecnológica que le permiten agilizar sus procesos para brindar mejor servicio al cliente.
- Como parte de una cultura de servicio, las cooperativas deben diseñar un procedimiento y extenderlo a todos sus integrantes, respecto al tratamiento de atención a sugerencias y reclamos y la visibilidad de un área de post venta, como soporte al cliente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, (2001) Pautas para elaborar tesis: metodología de investigación. Lima: ediciones R.A Recuperado de: <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.pe/2013/08/limitaciones-del-problema-de.html>.
- Berry, Leonard L.; Bennet; Brown Carter W. Calidad de Servicio. Una ventaja Estratégica para Instituciones Financieras. Ediciones Diaz de Santos S.A. Madrid; 1989.
- Boletín Estadístico (2017), INEI, Año 4/Edición Nro.2-febrero 2018. Encuesta Mensual del Sector Servicios.
- Blanco, P. A. (2007). *Atencion al cliente*. Madrid: Pirámide.
- Calderón; N. (2002). *Calidad & Gestión*. Artículo Share.
- Calzada Espinoza, M. (2017). *La ética profesional y la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Señor de los Milagros Huánuco - 2017*. (Tesis de Bachiller, Universidad de Huánuco). Recuperado de [http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/418/047\\_72330050T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/418/047_72330050T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Corral, V.; Marshall, C.; Romero, S. (2006). *Cooperativas agrarias en Argentina*. (Seminario de Tesis, Universidad del CEMA). Recuperado de [https://ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2006/MADE\\_Corral.pdf](https://ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2006/MADE_Corral.pdf)
- Chunga Silva (2010). La Influencia de la forma de acceso al financiamiento de las mypes. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/136591113/La-Influencia-de-La-Forma-de-Acceso-Al-Financiamiento-de-Las-MYPEs>.
- Farro Chumbes, D. (2013). *Diseño de un modelo de gestión del conocimiento para las cooperativas de ahorro y crédito de ahorro y crédito de Lima Metropolitana*.

(Tesis de Bachiller, Universidad Católica del Perú). Recuperado de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5218/farro\\_daniel\\_dise%  
c3%91o\\_modelo\\_gestion\\_conocimiento\\_cooperativas\\_ahorro\\_credito\\_lima\\_metropolitana.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5218/farro_daniel_dise%c3%91o_modelo_gestion_conocimiento_cooperativas_ahorro_credito_lima_metropolitana.pdf?sequence=1&isallowed=y)

Greenberg, Paul. CRM. Gestión de Relaciones con los Clientes.

Hernández, R. et. al (2006) Metodología de la Investigación Científica, 4ª edición, Edit. Mc Graw Hill, México, pp. 850, p. 205.

Horovitz, J. y Panak, M. (1993). La Satisfacción total del Cliente. McGraw-Hill Interamericana de España.

Huaytalla, F.; Pariona, J. (2014). *Gestión empresarial y crecimiento de las cooperativas de ahorro y crédito de ahorro y crédito en la ciudad de Ayacucho.*

(Tesis de Administración, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga). Recuperado de

[http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/754/Tesis%  
20Ad146\\_Hua.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/754/Tesis%20Ad146_Hua.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Justin G. Longenecker (2012). Administración de pequeñas empresas. 16a. Ed. Cengage Publisher on Apr 15, 2012

Navarro; A. (2016). Diario el mostrador.

Sánchez, M.; Cárdenas, M. (2008). *Proyecto de desarrollo para el mejoramiento de imagen corporativa de una cooperativa de ahorro y crédito utilizando balance SCORECARD.*

Selden, L. (2006) Gestión de la innovación centrada en el cliente. Harvard Business Review.27.

Palacio Gonzáles, Rubén Darío. Técnicas del Servicio al Cliente. Cali, Colombia,



1995.

Paz, C. R. (2006). Servicio al cliente. La comunicación y la calidad del servicio en la

A. Distribuidor ideas propias publicidad.

Rivera, José Pablo. El rol de la satisfacción del cliente en el proceso de calidad total.

CSM Latin América Inc. 1995.

Tschohl, J. (1991). Servicio al cliente, el arma secreta de las empresas que alcanza la

excelencia. En J. Tschohl, Servicio al cliente, el arma secreta de las empresas

que alcanza la excelencia (págs. 12-40). Publicado por prentice-hall.

Zavala, Medellín (2,003), Libro Teoría de la Calidad- Guadalajara- México)

## ANEXOS

### 1. Presupuesto

Para ayudar en la realización del presente informe de investigación, se necesitó de un presupuesto que asciende a S/. 4,240.00

**Tabla 22**

			<b>TOTAL S/.</b>	<b>4,240.00</b>
<b>Cant.</b>	<b>Unidad Medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total (S/.)</b>
		<b>Asesoría Profesional</b>		<b>2,000.00</b>
		<b>Alimentos de Personas</b>		112.00
16	Ración	Alimentación para investigadores y colaboradores	7.00	<b>112.00</b>
		<b>Bienes de Consumo</b>		<b>1,922.00</b>
1	Unidad	Computadora	1,500.00	1,500.00
1	Unidad	Impresora a color HP	350.00	350.00
2	Unidad	Tinta para Impresora	7.00	14.00
15	Horas	Internet	1.50	23.00
1	Unidad	Memoria USB de 8 gigas	35.00	35.00
		<b>Materiales de Escritorio</b>		<b>91.00</b>
1	Millar	Papel bond A-4	22.00	22.00
1	Unidad	Perforador	10.00	10.00
1	Unidad	Engrapador	8.00	8.00
1	Unidad	Sacagrapas	3.00	3.00
1	Caja	Grapas	4.00	4.00
1	Caja	Lapiceros color azul	18.00	18.00
1	Caja	Lapiceros color negro	18.00	18.00
1	Caja	Lápiz	5.00	5.00
1	Unidad	Borrador	3.00	3.00
		<b>Pasajes y Gastos de Transportes</b>		
23	Pasajes	Movilidad local ida y vuelta a las instituciones Públicas y puntos de investigación	5.00	<b>115.00</b>

*Fuente: Elaborado por Erick Donayre.*

## 2. Cronograma

Para llevar adelante la realización de la investigación, se sigue el cronograma que se presenta a continuación:

**Tabla 23**

CRONOGRAMA DE AVANCE	ACTIVIDADES	2018															
		MAYO		JUNIO				JULIO				AGOSTO				SETIEMBRE	
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
	Se recibió asesoramiento del Docente para la realización del Proyecto de Investigación	π	π	π	π	π	π	π	π	π	π	π	π	π	π	π	π
	Identificación de las Variables	π	π														
	Determinación del sector y rubro a estudiar	π	π														
	Título del Proyecto de Investigación	π	π														
	Elaboración de Planteamiento de la Investigación			π													
	Elaboración del Marco Teórico y Conceptual			π	π	π	π										
	Elaboración de Metodología de la Investigación					π	π	π									
	Presentación de Proyecto de Investigación						π	π	π	π							
	Elaboración de Encuestas, Tabulación, Gráficos						π	π	π	π	π	π					
	Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones											π	π	π	π		
	Revisión de referencias bibliográficas, APA.													π	π	π	
	Presentación del informe final de investigación.														π	π	
	Revisión turnitin.														π	π	π
	Elaboración de artículo científico y diapositivas.																π
	Prebanca y sustentación del informe final.																π

*Fuente: Elaborado por Erick Donayre*

3. Encuesta



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ENCUESTA A MYPES**

**Instrucciones:**

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del sector financiero, Cooperativas de Ahorro y Crédito, distrito de Calleria, año 2018”.

**Encuestado:**

(a).....Fecha: ...../...../20....

**A. DATOS DEL GERENTE:**

**1. ¿Cuál es la edad del Gerente?**

De 18 a 28 años ( ) De 29 a 39 años ( ) De 40 a 50 años ( ) De 51 a más ( )

**2. ¿Cuál es el sexo del Gerente?**

a) Masculino.....b) Femenino.....

**3. ¿Cuál es el nivel de instrucción del Gerente?:**

a) técnico ( )      b) profesional ( )      c) sin estudios.

**B. DE LA EMPRESA**

**4. ¿Cuántos años tiene presencia la cooperativa en el mercado?**

De 1 a 3 ( ) De 4 a 6 ( ) de 7 a más ( )

**5. ¿Cuántos colaboradores tiene la cooperativa?**

De 1 a 4 ( ) De 5 a 8 ( ) de 9 a más ( )

**6. ¿La gerencia está comprometida con la calidad?**

Promueve ( ) No practica ( )

**7. ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?**

Si ( ) No ( )

**8. ¿La empresa utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?**

a) Si b) No

**9. ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?**

a) Si ( ) b) No ( )

**10. ¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?**

a) Se documenta ( ) b) No es prioridad ( )

**C. DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

**11. ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?**

a) Se involucra ( ) b) Es delegada ( )

- 12. ¿La gerencia ha invertido en aplicaciones informáticas para atención al cliente?**
- a) Si ( )      b) No ( )
- 13. ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?**
- a) Si ( )      b) No ( )
- 14. ¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?**
- a) Si ( )      b) No ( )
- 15. ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?**
- a) Si ( )      b) No ( )
- 16. ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?**
- a) Si ( )      b) No ( )
- 17. ¿Brinda la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa a la empresa?**
- a) Rentabilidad ( )
- b) Imagen ( )
- c) Posicionamiento ( )
- d) Sin Cambios ( )
- 18. ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción del cliente?**
- a) Permanente ( )
- b) Mensual ( )
- c) Trimestral ( )

d) No se hace

**19. ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?**

a) Revistas

b) Televisión

c) Redes Sociales

Pucallpa, Setiembre 2018