

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “ Análisis de la calidad del servicio y la participación de mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. en la provincia del Carchi. ”

Tesis de grado previa la obtención del título
de Ingenieros en Administración de Empresas y
Marketing.

AUTORES: John Byron Villota Delgado
Jefferson Fernando Benavides Quintero

ASESOR: Msc. Jorge Miranda

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2014

CERTIFICADO.

Certifico que los estudiantes John Byron Villota Delgado con el número de cédula 0401253646 y Jefferson Fernando Benavides Quintero con número de cédula 0401513957 han elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Análisis de la Calidad del Servicio y Participación de Mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán en la Provincia del Carchi”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Msc. Jorge Miranda.

Tulcán, Mayo del 2014

AUTORÍA DE TRABAJO.

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de ingenieros en Administración de Empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración Y Economía.

Nosotros, John Byron Villota Delgado con cédula de identidad número 0401253646 y Jefferson Fernando Benavides Quintero con cédula de identidad número 0401513957 declaramos: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.

f.....
John Byron Villota Delgado
Tulcán, Mayo del 2014

f.....
Jefferson Fernando Benavides Quintero
Tulcán, Mayo del 2014

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Nosotros John Byron Villota Delgado y Jefferson Fernando Benavides Quintero declaramos ser autores del presente trabajo y eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaramos conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, Mayo del 2014

f.....
John Byron Villota Delgado
Tulcán, Mayo del 2014

f.....
Jefferson Fernando Benavides Quintero
Tulcán, Mayo del 2014

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro sincero sentimiento de gratitud a quienes nos brindaron su apoyo incondicional en el diario vivir para mirarnos como personas profesionales, en primer lugar a Dios quien con su poder supremo y voluntad nos prestó la vida y nos guió por el mejor camino para alcanzar el éxito profesional, agradecemos a nuestros padres por su lucha cotidiana, por sus sabios consejos y merecidos regaños que compartieron con nosotros para mirarnos escalar un peldaño más en la vida, gracias a nuestros hermanos, familiares y amigos quienes estuvieron con nosotros cuando las cosas se tornaban difíciles y como no agradecer a nuestro tutor de tesis Ing. Jorge Miranda quien con su conocimiento, paciencia y empeño nos prestó su ayuda para dar cumplimiento con esta tarea final en nuestra vida universitaria.

DEDICATORIAS

El presente trabajo lo debo a la bendición de Dios de quien recibí las fuerzas suficientes para no desmayar en las adversidades de mi diario vivir.

Lo debo a mis padres Fernando Benavides y Blanca Quintero quienes con su coraje y esfuerzo me impulsaron para alcanzar este objetivo, a mis hermanos quienes me brindaron su apoyo incondicional y que mejor que el apoyo sentimental hacia mi hijo Cristian Fernando Benavides a quien le debo mi inspiración y trabajo diario.

Por ello valga mi esfuerzo y sacrificio para dedicarles con alegría y satisfacción.

Jefferson Fernando Benavides

El presente trabajo le dedico a DIOS, por ser el apoyo primordial de mi vida, y un amigo verdadero y constante que alivia mi alma y guía mis pasos.

A mis padres Luis Ricardo Villota y María Nelly Delgado, que inspirados en ver a sus hijos convertidos en profesionales jamás dejaron de brindarme su apoyo.

A mis hermanos Wilmer. Tania, Mayra y Paola Villota Delgado por su apoyo constante en la obtención de una meta más en mi vida.

A mi esposa Rosa Elena Narváez Terán, que gracias a su paciencia, diaria dedicación y constante apoyo se logra un objetivo más en nuestras vidas.

Finalmente a mis Hijos Johan Mateo y Dania Maite Villota Narváez, por ser la inspiración de mi vida, los amo mucho.

John Byron Villota

CONTENIDO

Certificado	II
Autoría de trabajo.....	III
Acta de sesión de derechos de tesis de grado.....	IV
Agradecimiento.....	V
Dedicatoria 1.....	VI
Dedicatoria 2.....	VII
Resumen ejecutivo.....	1
Abstract.....	2
Yuyaita pactachic.....	3
Introducción.....	4
Capítulo I	
1. El problema	
1.1 Planteamiento del problema.....	5
1.2 Formulación del problema.....	6
1.3 Delimitación.....	6
1.4 Justificación.....	7
1.5 Objetivos.....	8
1.5.1 Objetivo general.....	8
1.5.2 Objetivos específicos	8
Capitulo II	
2. Fundamentación teórica	
2.1 Antecedentes investigativos.....	9
2.2 Fundamentación legal.....	12
2.2.1 Sistema económico y político.....	12
2.2.2 Componentes del sistema financiero.....	13
2.2.3 Plan nacional del buen vivir	14
2.3 Fundamentación filosófica.....	15
2.3.1 Joseph m. Juran.....	15
2.3.2 Kaoru Ishikawa.....	17
2.3.3 Edwards Deming.....	18
2.3.4 Matriz de Ansoff.....	22

2.4 Fundamentación científica.....	24
2.4.1 Historia de la calidad.....	25
2.4.2 Definiciones de la calidad.....	25
2.4.3 Conceptos de la calidad.....	30
2.4.4 Orígenes de la evolución de la calidad total.....	31
2.4.5 Dimensiones de la calidad total.....	35
2.4.6 Normas ISO 9000.....	39
2.4.7 Participación en el mercado	45
2.4.8 Investigación de mercado	45
2.4.9 Segmentación de mercado	46
2.4.10 Posicionamiento en el mercado.....	47
2.4.11 Posicionamiento del producto y la cuota de mercado.....	48
2.4.12 Estrategias genéricas de Michael Porter.....	49
2.5 Idea a defender.....	50
2.6 Variables.....	50
Capítulo 3	
3.1 Modalidad de la investigación.....	51
3.2 Tipo de investigación.....	51
3.2.1 Investigación de Campo	51
3.2.2 Investigación documental.....	52
3.2.3 Investigación Exploratoria de Campo.....	52
3.2.4 Investigación descriptiva.....	52
3.2.5 Investigación bibliográfica.....	52
3.2.6 Métodos de Investigación.....	52
3.3 Población y muestra de la investigación	53
3.4 Operacionalización de variables.....	55
3.5 Recolección de información.....	57
3.6 Procesamiento, análisis e interpretación de resultados.....	57
3.6.1 Interpretación de datos.....	57
3.6.2 Participación de mercado	76
3.6.3. Cooperativas financieras del segmento 3 en la provincia del Carchi.....	85
3.6.4. Matriz de análisis FODA.....	86

3.6.5. Entrevista	94
3.6.6 Validación de la idea a defender	98
CAPÍTULO 4	
4.1 Conclusiones.....	102
4.2 Recomendaciones.....	103
CAPÍTULO 5	
5. Propuesta.....	104
5.1. Título.....	104
5.2. Justificación.....	104
5.3. Objetivos.....	104
5.4 Fundamentación.....	105
5.5 Modelo operativo de la propuesta.....	105
5.5.1. Esquema del sistema de gestión de calidad del departamento de crédito.....	106
0.1 Generalidades.....	108
0.1.1 Misión.....	108
0.1.2. Visión.....	108
0.1.3. Tipos de crédito de la COAC Tulcán.....	110
0.1.4 Proceso de ejecución y aprobación del crédito.....	110
0.1.5. Historia de la cooperativa Tulcán	112
0.2. Enfoque basado en procesos.....	114
0.3. Las normas ISO.....	115
0.4. Relación con otras normas.....	115
0.5. Compatibilidad con otros sistemas de gestión.....	115
Sistema de gestión de calidad	
1. Objeto y campo de aplicación.....	115
1.1. Generalidades.....	115
1.1.1. Objetivo del sistema de gestión de calidad.....	115
1.1.2. Aspectos de enfoque del sistema de gestión de calidad.....	116
1.2. Campo de aplicación.....	117
1.3. Exclusiones.....	117
2. Referencias normativas.....	118
3. Términos y definiciones.....	118

3.1. Términos generales.....	118
3.2. Términos y abreviaturas.....	118
4. Sistema de gestión de calidad.....	121
4.1. Requisitos generales.....	121
4.2. Requisitos de la documentación.....	121
4.2.1. Generalidades.....	121
4.2.2. Manual de calidad.....	122
Manual de calidad del departamento de crédito de la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda.....	124
Contenido.....	125
1.1. Presentación.....	127
1.2. Alcance.....	128
1.3. Exclusiones.....	128
Información institucional	
2.1. Reseña histórica.....	129
2.2. Misión.....	131
2.3. Visión.....	131
2.4. Valores.....	131
2.5. Principios.....	133
2.6. Estructura organizacional de negocios.....	134
2.7. Política de calidad.....	135
2.8. Objetivos de calidad.....	136
3.0 Descripción general de los procesos.....	
3.1. Mapa de procesos.....	137
3.2. Diagrama de análisis e interpretación de los procesos.....	138
3.2.1. Procesos estratégicos.....	138
3.2.2. Procesos operativos.....	138
3.2.3. Procesos de apoyo.....	138
4.2.3. Manual de procedimientos control de documentos	
Objetivo.....	139
Alcance.....	139
Procedimientos.....	139
Control de Otros documentos.....	140

Control de distribución de la documentación.....	140
Modificación del documento.....	141
Actividades personales.....	142
Documentación.....	143
4.2.4. Manual de procedimientos Control de registros	
Objetivo.....	155
Alcance.....	155
Identificación.....	155
Archivo.....	156
Manual de procedimientos Control de servicios no conformes	
Control de servicio no conforme.....	158
Objetivo.....	158
Alcance.....	158
Procedimiento de detección del servicio no conforme.....	158
Detección y evaluación de no conformidades.....	158
Identificación de servicios no conformes.....	159
Evaluación de proveedores.....	159
Órdenes de compra.....	160
Edificación de los servicios adquiridos.....	160
Manual de procedimientos auditoria interna	
Objetivo.....	168
Alcance.....	168
Procedimientos.....	168
Equipo de auditoria interna.....	168
Frecuencia de las auditorias.....	168
Reunión para el informe de auditoría	169
Actividades del auditor.....	169
Responsables.....	170
Objetivo del manual.....	173
Alcance.....	173
Procedimientos.....	173
Temas a tratar en las formas para acciones correctivas y preventivas.....	174

Enunciado de las falencias.....	174
Indagación de las falencias.....	174
Dirección de la directiva y gerencial.....	175
Responsabilidad de la dirección.....	179
5.1. Compromiso de la dirección.....	179
5.2. Enfoque al cliente.....	180
5.3. Política de calidad.....	181
5.3.1. Elementos de la política de calidad.....	182
5.4. Planificación.....	185
5.4.1. Objetivos de la calidad.....	185
5.5. Responsabilidad, autoridad y comunicación.....	187
5.5.1. Responsabilidad y autoridad.....	187
5.5.2. Representante de la dirección.....	190
5.5.3. Comunicación interna.....	191
5.6. Revisión por la dirección.....	192
5.6.1. Generalidades.....	192
5.6.2. Información para la revisión.....	193
5.6.3. Resultados de la revisión.....	193
6 Gestión de los recursos.....	194
6.1. Provisión de los recursos.....	194
6.2. Recursos humanos.....	195
6.2.1. Generalidades.....	195
6.2.2. Competencia, toma de conciencia y formación.....	196
6.3. Infraestructura.....	196
6.4. Ambiente de trabajo.....	197
7 Realización del servicio.....	197
7.1. Planificación de la realización del servicio.....	197
7.2. Procesos relacionados con el cliente.....	198
7.2.1. Determinación de los requisitos relacionados con el servicio....	198
7.2.2. Revisión de los requisitos relacionados con el servicio.....	198
7.2.3. Comunicación con el cliente.....	199

7.2.4. Control de la prestación del servicio.....	199
7.4. Compras.....	200
7.4.1. Proceso de compras.....	200
7.4.2. Información de las compras.....	200
7.4.3. Verificación de los servicios adquiridos.....	200
7.5 Producción y prestación del servicio.....	201
7.5.1. Control de la producción y de la prestación del servicio.....	201
7.5.2. Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio.....	201
7.5.3. Identificación y trazabilidad.....	201
7.5.4. Propiedad del cliente.....	202
7.6. Control de los requisitos de seguimiento y medición.....	203
8 Medición, análisis y mejora.....	203
8.1. Generalidades.....	203
8.2 Seguimiento y medición.....	203
8.2.1 Satisfacción del cliente.....	203
8.2.2. Auditoría interna.....	204
8.2.3. Seguimiento y medición de procesos.....	207
8.2.4. Seguimiento y medición del servicio.....	207
8.3. Control del servicio no conforme.....	208
8.4. Análisis de datos.....	208
8.5. Mejora.....	209
8.5.1. Mejora continua.....	209
8.5.2. Acciones correctivas.....	209
Anexos del sistema de gestión de calidad.....	213
Anexo 1 del SGS Función financiera.....	214
Anexo 2 del SGC.....	215
Anexo 2.1 del SGC Etapa 2.....	216
Anexo 2.2 del SGC Etapa 3.....	217
Anexo 2.3 del SGC Etapa 4.....	218
Anexo 3 del SGC.....	219

Estrategias de Marketing.....	220
5.5.2. Situación del marketing actual.....	221
5.6. Estrategias de marketing.....	222
5.6.1. Estrategia de vacaciones con mi familia.....	222
5.7 Estrategia de crédito rural.....	226
5.8. Estrategia de turno ganador semanal.....	231
5.9. Estrategia de servicio personalizado.....	234
5.10 Conclusiones de la propuesta.....	238
5.11 Recomendaciones de la propuesta.....	238
Instrumentos.....	239
Recursos.....	239
Cronograma.....	240
Presupuesto.....	242
CAPITULO VI.....	243
Bibliografía.....	243
Linkografía.....	244
CAPITULO VII.....	248
Anexos.....	248

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Mapa geográfico de la provincia del Carchi.....	7
Figura N° 2 Ciclo PHVA.....	20
Figura N° 3 Calidad a lo largo de la historia	35
Figura N° 4 Dimensiones de la calidad.....	36
Figura N° 5 Calidad primera dimensión, aspectos de cada puesto de trabajo.....	37
Figura N° 6 Transformación con el valor agregado.....	38
Figura N° 7 Género.....	58
Figura N° 8 Razón más importante.....	60
Figura N° 9 Frecuencia de productos.....	62
Figura N° 10 Cordialidad del servicio	64
Figura N° 11 Instalaciones cómodas.....	66
Figura N° 12 Calidad del servicio.....	67
Figura N° 13 Satisfacción del servicio	69
Figura N° 14 Tipo de crédito.....	71
Figura N° 15 Creación de un sistema de gestión de calidad.....	72
Figura N°16 Disposición y voluntad de los empleados	73
Figura N° 17 Seguridad en la calidad del servicio.....	74
Figura N° 18 Servicio ofrecido	75
Figura N° 19 Participación de mercado	77
Figura N° 20 Cartera de colocación de vivienda.....	79
Figura N° 21 Cartera de colocación de consumo.....	81
Figura N° 22 Cartera de colocación microempresa.....	83
Figura N° 23 Participación de mercado	84
Figura N° 24 Sistema de Gestión de Calidad.....	106
Figura N° 25 Proceso de ejecución y aprobación de un crédito.....	111
Figura N° 26 Enfoque basado en procesos.....	114
Figura N° 27 Reseña histórica.....	129
Figura N° 26 Estructura Organizacional.....	134
Figura N° 29 Mapa de procesos.....	137
Figura N° 30 Enfoque hacia el cliente.....	180
Figura N° 31 Satisfacer las necesidades de los clientes.....	182
Figura N° 32 Confiabilidad.....	183

Figura N° 33 Oportunidad.....	184
Figura N° 34 Apoyo eficaz para el desarrollo y toma de decisiones	185
Figura N° 35 Asamblea de representantes.....	188
Figura N° 36 Revisión por la dirección.....	192
Figura N° 37 Provisión de recursos.....	195
Figura N° 38 Infraestructura COAC Tulcán.....	197
Figura N° 39 Enfoque a procesos.....	198
Figura N° 40 Auditoría interna para el departamnto de crédito.....	205
Figura N° 41 Anexo 1.....	214
Figura N° 42 Anexo 1.....	214
Figura N° 43 Anexo 2. Etapa 1.....	215
Figura N° 44 Anexo 2. Etapa 2.....	216
Figura N° 45 Anexo 2. Etapa 3.....	217
Figura N° 46 Anexo 2. Etapa 4.....	218
Figura N° 47 Anexo 3.....	219
Figura N° 48 Vacaciones con mi familia.....	224
Figura N° 49 Microcrédito rural.....	227
Figura N° 50 El turno ganador.....	232
Figura N° 51 Crédito personalizado.....	235
Figura N° 52 Anexo 1.....	249
Figura N° 53 Anexo 2.....	250
Figura N° 54 Anexo 3.....	251
Figura N° 55 Anexo 3.1.....	252
Figura N° 56 Anexo 4.1.....	253
Figura N° 57 Anexo 4.2.....	253
Figura N° 58 Anexo 5.1.....	254
Figura N° 59 Anexo 5.2.....	254
Figura N° 60 Anexo 5.3.....	254
Figura N° 61 Anexo 5.4.....	255
Figura N° 62 Anexo 5.5.....	255
Figura N° 63 Anexo 5.6.....	255
Figura N° 64 Anexo 5.7.....	256

Figura N° 65 Anexo 5.8.....	256
Figura N° 66 Anexo 5.9.....	256
Figura N° 67 Anexo 5.10.....	257
Figura N° 68 Anexo 5.11.....	257
Figura N° 69 Anexo 5.12.....	258
Figura N° 70 Anexo 5.13.....	258
Figura N° 71 Anexo 5.14.....	258
Figura N° 72 Anexo 5.15.....	258
Figura N° 73 Anexo 5.16.....	259
Figura N° 74 Anexo 5.17.....	259
Figura N° 75 Anexo 5.18.....	260
Figura N° 76 Anexo 5.19.....	260
Figura N° 77 Anexo 5.20.....	261
Figura N° 78 Anexo 5.21.....	262
Figura N° 79 Anexo 5.22.....	262
Figura N° 80 Anexo 5.23.....	262
Figura N° 81 Anexo 6.1.....	263
Figura N° 82 Anexo 6.2.....	264
Figura N° 83 Anexo 6.3.....	265
Figura N° 84 Anexo 6.4.....	266
Figura N° 85 Anexo 6.5.....	267
Figura N° 86 Anexo 7.....	268
Figura N° 87 Anexo 8.1.....	269
Figura N° 88 Anexo 8.2.....	269
Figura N° 89 Anexo 8.3.....	270
Figura N° 90 Anexo 8.4.....	270
Figura N° 91 Anexo 9.1.....	271
Figura N° 92 Anexo 9.2.....	272
Figura N° 93 Anexo 9.3.....	273
Figura N° 94 Anexo 9.4.....	274

Figura N° 95 Anexo 9.5.....	275
Figura N° 96 Anexo 9.6.....	276
Figura N° 97 Anexo 11.....	280
Figura N° 98 Anexo 12.1.....	281
Figura N° 99 Anexo 12.2.....	281
Figura N° 100 Anexo 12.3.....	282
Figura N° 101 Anexo 12.4.....	282
Figura N° 102 Anexo 13.....	283
Figura N° 103 Anexo 14.....	284
Figura N° 104 Anexo 15.....	285
Figura N° 105 Anexo 16.....	286
Figura N°106 Representación gráfica del nivel de colocación de cartera..	289
Figura N° 107 Socialización de manuales con la institución.....	290
Figura N° 108 Matriz FODA de COAC Tulcán.....	291

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Ansoff.....	22
Tabla 2 Conceptos de la Calidad.....	30
Tabla 3 Orígenes de la Evolución de la Calidad.....	32
Tabla 4 Tipos de Investigación de Mercado.....	46
Tabla 5 Población.....	53
Tabla 6 operacionalización de variables.....	55
Tabla 7 Género.....	58
Tabla 8 Razón más Importante.....	60
Tabla 9 Frecuencia de utilización de productos.....	62
Tabla 10 Cordialidad en el servicio.....	64
Tabla 11 Instalaciones cómodas y adecuadas.....	65
Tabla 12 Calidad en el servicio.....	67
Tabla 13 Nivel de satisfacción en el servicio.....	69
Tabla 14 Tipo de crédito que debería ofrecer la COAC Tulcán.....	70
Tabla 15 La cooperativa debe crear un SGC para mejorar su servicio.....	72
Tabla 16 Disposición y voluntad de los empleados.....	73
Tabla 17 Seguridad de la calidad del producto y servicio.....	74
Tabla 18 Servicio ofrecido de la COAC Tulcán.....	75
Tabla 19 Participación de mercado de las instituciones financieras por cartera comercial.....	77
Tabla 20 Participación de mercado de las instituciones financieras por cartera de vivienda.....	78
Tabla 21 Participación de mercado de las instituciones financieras por cartera de consumo.....	80
Tabla 22 Participación de mercado de las instituciones financieras por cartera de microempresa.....	82
Tabla 23 Participación de mercado por total de cartera.....	84
Tabla 24 Ficha de observación.....	87
Tabla 25 Fortalezas.....	90
Tabla 26 debilidades.....	91

Tabla 27 Amenazas.....	92
Tabla 28 Oportunidades.....	93
Tabla 29 Cruce 1.....	99
Tabla 30 Cruce 2.....	100
Tabla 31 Cruce 3.....	100
Tabla 32 Cruce 4.....	101
Tabla 33 Tipos de crédito.....	110
Tabla 34 Los trece de la fama.....	112
Tabla 35 Red de agencias Carchi.....	113
Tabla 36 Red de agencias Imbabura.....	113
Tabla 37 Red de agencias Pichincha.....	114
Tabla 38 Abreviaturas sistema.....	119
Tabla 39 Abreviaturas proceso de crédito.....	120
Tabla 40 Abreviaturas tipo crédito.....	120
Tabla 41 Los trece de la fama.....	130
Tabla 42 Actividades personales.....	142
Tabla 43 Lista de control.....	144
Tabla 44 Lista de control de documentos.....	145
Tabla 45 Control de distribución de MC.....	146
Tabla 46 Cambio de documentos.....	147
Tabla 47 Registros de las modificaciones.....	148
Tabla 48 Datos externos.....	149
Tabla 49 Plan de calidad.....	150
Tabla 50 Revisión del SGC.....	151
Tabla 51 Perfil de funcionario.....	152
Tabla 52 Esquema de capacitación.....	153
Tabla 53 Evaluación del desempeño.....	154
Tabla 54 Responsables.....	157
Tabla 55 Informe de no conformidades.....	162
Tabla 56 Evaluación de proveedores.....	163
Tabla 57 Proveedores aceptados.....	164
Tabla 58 Especificaciones de los documentos.....	165
Tabla 59 Especificaciones de servicio final.....	166

Tabla 60 Especificaciones de servicio final 2.....	167
Tabla 61 Responsables.....	170
Tabla 62 Plan de auditoría.....	171
Tabla 63 Informe de auditorías.....	172
Tabla 64 Responsable.....	176
Tabla 65 Acciones correctivas.....	177
Tabla 66 Acciones correctivas y preventivas.....	178
Tabla 67 Objetivos de calidad.....	186
Tabla 68 Acciones correctivas.....	210
Tabla 69 Estrategias de posicionamiento.....	221
Tabla 70 Estrategias de calidad.....	221
Tabla 71 Estrategias de promociones.....	222
Tabla 72 Presupuesto estrategia de vacaciones con mi familia.....	224
Tabla 73 Presupuesto estrategia crédito rural.....	228
Tabla 74 Tabla de amortización.....	229
Tabla 75 Índices financieros.....	230
Tabla 76 Presupuesto turno ganador.....	233
Tabla 77 Presupuesto de servicio personalizado de crédito.....	236
Tabla 78 Presupuesto servicio personalizado de crédito trimestre 2.....	237
Tabla 79 Recursos.....	239
Tabla 80 Cronograma parte 1.....	240
Tabla 81 Cronograma parte 2.....	241
Tabla 82 Presupuesto.....	242
Tabla 83 Factores Externos.....	277
Tabla 84 Factores Internos.....	278
Tabla 85 Estrategias.....	278
Tabla 86 Estrategias F-O-D-A.....	279
Tabla 87 Cooperativas del segmento 3.....	287
Tabla 88 Cartera total del segmento 3.....	288

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 solicitud de autorización de realización de tesis por parte de la dirección de escuela.....	249
ANEXO 2 Autorización por parte de la institución para realizar el proyecto de tesis con el nombre y apoyo de COAC Tulcán.....	250
ANEXO 3 solicitud y autorización de las cuentas activas de la institución por agencias en la provincia del Carchi.....	251
ANEXO 4 Aplicación de encuestas a los socios de COAC Tulcán.....	253
ANEXO 5 Observación directa de la atención al cliente en las cooperativas financieras de la provincia del Carchi.....	254
ANEXO 6 Solicitud y aprobación de la realización de entrevistas a personal de crédito de las agencias de la COAC Tulcán correspondientes a la provincia del Carchi.....	263
ANEXO 7 Autorización para aplicación de check list en el área de crédito.....	268
ANEXO 8 Check list aplicado en oficinas de negocios de COAC Tulcán.....	269
ANEXO 9 Check list tabulado aplicado a los oficiales de negocios de la COAC Tulcán en la provincia del Carchi.....	271
ANEXO 10 Matriz FODA.....	277
ANEXO 11 Socialización de estrategias con las áreas de negocios y marketing de la institución.....	280
ANEXO 12 Interés de cartera de crédito Marzo 2013.....	281
ANEXO 13 Cotización Q-Matic.....	283
ANEXO 14 Cotización mega ofertas.....	284
ANEXO 15 Cotización CONFABRIOGAR.....	285
ANEXO 16 plan celular.....	286
ANEXO 17 Detalle de cooperativas del segmento 3 en la provincia del Carchi.....	287
ANEXO 18 Detalle de miles de colocación en dólares de las cooperativas del segmento 3 en la provincia del Carchi.....	288
ANEXO 19 Punto de referencia en nivel de colocación o cartera de las	

cooperativas del segmento 3 en la provincia del Carchi.....	289
ANEXO 20 Socialización de manuales de calidad elaborados en la presente tesis.....	290
ANEXO 21 Matriz FODA de la COAC Tulcán elaborada en base a la observación directa en el mercado financiero de la provincia del Carchi.....	291

RESUMEN EJECUTIVO.

En la presente investigación hemos considerado importante el enfoque hacia el sector cooperativo de la provincia del Carchi, con una mayor orientación hacia la cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. al conocerle como una institución de prestigio, trayectoria y solvencia económica.

Como primer paso se determina el tipo de investigación a ser aplicado para luego delimitar el mercado y calcular el tamaño de la muestra tomando como referencia datos proporcionados por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán en base a cuentas activas por agencia en la provincia del Carchi y proceder a la elaboración y aplicación de técnicas de investigación como las encuestas y entrevistas necesarias para obtener los resultados correspondientes al tema de nuestra investigación.

En el desarrollo del proyecto se determina la participación de mercado de las cooperativas financieras reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en la provincia del Carchi, tomando con fuente principal la página web del organismo de control SEPS y la utilización de herramientas de calidad para proponer un modelo de un sistema de gestión calidad basado en las normas ISO 9001:2008; direccionando nuestro trabajo hacia el departamento de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. En la provincia del Carchi, al considerarle como el área de mayor exigencia financiera de la institución. Para el desarrollo de la propuesta se procede a la creación de un chek list basado en los requerimientos de la norma ISO de calidad y se aplicó a los oficiales de negocios de las agencias de COAC Tulcán en la provincia, con la finalidad de descubrir puntos fuertes y débiles en la prestación del servicio y crear medidas de mejoramiento.

Con la finalidad de conseguir un mayor mejoramiento en la calidad del servicio de la institución se procedió a la elaboración de estrategias de marketing orientadas al incremento de participación de mercado y satisfacción del socio/cliente.

ABSTRACT

In this investigation we have considered important approach to the cooperative sector in Carchi province, with an increased focus towards “Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda.” since we know it as a prestigious institution, its background and financial solvency.

As a first step it was determined the type of investigation which is applied, and then it was defined the market and calculated the sample size, with reference data provided by “Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán”, based on active accounts per branch in the Carchi province. Thus we proceeded with the development and application of research techniques such as surveys and interviews necessary to obtain the results for the topic of our research.

During development of project it is setting market participation of financial cooperatives which are regulated by the Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) in Carchi province, taking as a primary source website of SEPS control agency and the use of quality tools in order to suggest a model of a quality management system based on standards ISO 9001:2008, directing our work towards the credit department of Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. in Carchi province, considering it as the area of the greatest financial need for the institution.

For the development of the proposal we proceed to create a check list, based on the requirements of the ISO quality standard and apply to the official business of COAC Tulcán agencies in the province, with the aim of discovering strengths and weaknesses in service delivery and creating improvement measures.

In order to achieve a further improvement in the service quality of the institution it was come to develop marketing strategies aimed at increasing market share and partner/customer satisfaction.

YUYAITA PACTACHIC

Cai investigación rurashcapi, ricushcanchi sector cooperativo rishca, Carchi llactapi shinallata cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda. Nishca huasita porlaginchi cai cooperativami mañachipculquita runacunaman y shinalatami cai nishca huasipi, rigsi can cai Carchi llactapi.

Cai Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán nishca huasi primerota ricun runacunata, charin nacharin alpagacunata o imatapash carigta, chaimandami ricun mashnata runacunata mañachin.

Shinalata ashta cooperativa huasicunatapash rijucun Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, cachi llactapi, cai nishca superintendencia charin página web nishcata, SEPS niscacunnatami can, shinallata runacunaman maquita cun, cai nishca huasimi basatishca can normas ISO 9001:2008 nishcapi. Chaimandami tian Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Cachi llactapi.

Shinallata cai COAC Tulcán. Agencia huasi ucupi runacuna trabajacunata curca shuc CHEC LIST nishcata, aimi norma ISO charin shicami trabajarca, ricungapa maipimi ministirin maquita cuita runacunaman. Cai huasica alita llugchingapami ministircarchi shuc marketing nishcapa caimi ricuchin runacunata, imata cai cooperativa villachin.

Runacunami ñucanchita alita natita ñucanchiman villan chaimandani COAC Tulcán ali can.

INTRODUCCIÓN

La cooperativa de ahorro y crédito Tulcán es una institución financiera proveedora de productos financieros en la región norte del país por más de 50 años de trabajo y trayectoria exitosa. Esta prestigiosa institución a nivel de la provincia del Carchi cuenta con cinco oficinas operativas, cada una de ellas con un aceptable nivel en la participación de mercado en cuanto se refiere a colocaciones (créditos).

Con este indicio, la cooperativa Tulcán, siempre está en la constante búsqueda de la calidad en sus productos financieros, así como la mejora continua en la prestación de servicios, para esto es necesario la gestión cada una de las actividades mediante un sistema de calidad en el área de mayor concurrencia de la institución.

La gestión de la institución está compuesta por varios departamentos del área operativa de la cooperativa (Inversiones, Crédito, Servicios cooperativos, Cajas, despachos), mismos que desenvuelven sus actividades diarias mediante procesos establecidos a través de manuales de procedimientos, pero sin ningún tipo de control de calidad.

Por ello se presenta el modelo de sistema de gestión de la calidad basado en las exigencias de la norma ISO de calidad en el área de crédito por ser una de las áreas más críticas, de mayor exigencia laboral y análisis por la colocación de valores monetarios en varios segmentos de consumo, o para la dinamizar el sector micro empresarial.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda. es una institución financiera ubicada en el norte del país, provincia del Carchi la cual cuenta con cinco establecimientos en la provincia como son: agencia Julio Andrade, agencia San Pedro de Huaca, agencia San Gabriel, agencia El Ángel y agencia Tulcán con su matriz ubicada en la ciudad de Tulcán.

En la actualidad existe un problema inmerso en la institución financiera, el cual es el no poder brindar un buen servicio de calidad a sus socios/clientes de la provincia del Carchi, en especial en la ciudad de Tulcán lo que le está provocando demoras o cuellos de botella en algunos procesos del área operativa.

En el interior de la institución financiera se ha podido observar que existen varias causas que han dado origen a esta dificultad, entre ellas podemos destacar las siguientes:

- ❖ Procesos burocráticos y mal establecidos
- ❖ Cultura organizacional inadecuada
- ❖ Comunicación vertical
- ❖ Ausencia de compromiso del personal
- ❖ Empleados con perfiles no aptos para el puesto
- ❖ Deficiente trabajo en equipo

Tales situaciones están perjudicando seriamente el desarrollo institucional y ha creado obstáculos para alcanzar los objetivos planeados por la entidad, las circunstancias antes mencionadas han ocasionado varias molestias en los socios/clientes de la provincia del Carchi como son las siguientes:

- ❖ Demoras en la prestación de servicio

- ❖ Deciente negociación de productos
- ❖ Pérdida de recursos
- ❖ Incomodidad en socios/clientes de la institución y
- ❖ Mala imagen de la entidad.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cuán factible es diseñar un modelo de sistema de gestión de calidad para optimar la calidad del servicio y la participación de mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. en la provincia del Carchi?

La cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda. cuenta en la actualidad con una serie de inconvenientes que no le permiten un fácil desenvolvimiento de sus actividades financieras, esto ha conllevado a la inconformidad de gran parte del mercado que posee dicha institución en la provincia del Carchi, por lo que se ha podido detectar que el servicio que actualmente está ofreciendo a los socios/clientes no es el más adecuado ni tampoco se ha logrado cumplir con los procesos establecidos.

1.3. DELIMITACIÓN.

El presente estudio se enfoca a determinar la calidad del servicio y la participación de mercado que posee la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. en la provincia del Carchi, es por ello que la investigación como tal se la realizará en dicha provincia para determinar la esencia de la investigación, se debe considerar que la aparición de nuevas cooperativas se genera con mucha frecuencia y es por ello que el trabajo se realizará tomando como base aquellas que son reguladas y controladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

A continuación se muestra el mapa geográfico de la provincia del Carchi.



Figura 1. Mapa geográfico de la provincia del Carchi.

Fuente: SINEDE (2014). *Mapa de la provincia del Carchi*. Recopilado de: <http://www.sinede.org/carchi.html#1>

1.4. JUSTIFICACIÓN.

En la actualidad es de gran importancia que las empresas atiendan bien a sus clientes ya que debido a la creciente competitividad en el mercado, los mismos se vuelven cada vez más exigentes y optan por las mejores alternativas o productos financieros que ofrece la competencia.

La presente investigación cuenta con autorización y apoyo por parte de las autoridades de la institución, quienes preocupados por el desarrollo y crecimiento en el mercado competitivo han abierto sus puertas permitiendo realizar nuestra tarea que servirá de apoyo para sus labores.

Cabe recalcar que la presente tesis requiere de arduo trabajo y estudio en el área de crédito lo que permitirá encontrar puntos débiles para posteriormente proponer medidas de mejoramiento en cuanto servicio al público y participación de mercado, siendo de esta manera se logrará conseguir buenos resultados de investigación.

La necesidad del mejoramiento de la calidad del servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. y la obtención de resultados que satisfagan las

necesidades tanto de la organización como de los socios/clientes hacen que se busque la excelencia.

La importancia de esta investigación es determinar la existencia de ciertas falencias que generan inconformidades organizacionales que impiden brindar un mejor servicio, con el único motivo de dar solución a través de la gestión de la calidad que le permita a la institución ubicarse en un mejor nivel competitivo y además encamine a todos aquellos socios y empleados crecer junto con la organización.

En términos generales, la investigación requiere de un estudio de los procesos del área de mayor exigencia operativa financiera y los recursos que se va utilizar para alcanzar los objetivos de calidad y cumplir con las expectativas de socios y clientes.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo general.

Analizar la calidad del servicio y la participación de mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. En la provincia del Carchi. VER ANEXOS 1 y 2

1.5.2 Objetivos específicos.

- ❖ Diagnosticar la información teórica y científica de la investigación para respaldar mediante un marco teórico la calidad del servicio y la participación de mercado.
- ❖ Realizar una investigación diagnóstica por estratos para identificar la calidad del servicio y la participación de mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. En la provincia del Carchi.
- ❖ Proponer un modelo de sistema de gestión de calidad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. En el área de mayor demanda, para mejorar su eficacia en la prestación de servicio.

CAPÍTULO II.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

ANTECEDENTE 1:

TEMA: DISEÑO Y DOCUMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD, SEGÚN LA NORMA ISO 9001:2000 EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “ALIANZA DEL VALLE” LTDA. (SECCIÓN DE CRÉDITO Y COBRANZAS) (Durán, J, 2008, pág. 5)

AUTOR: Jeanneth Duran

INSTITUCION: Escuela Politécnica Nacional

AÑO: 2008

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:

OBJETIVO GENERAL

Diseñar y documentar un Sistema de Gestión de la Calidad, según la Norma ISO 9001:2000 en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Alianza del Valle” Ltda. en la sección de Créditos y Cobranzas, para alcanzar eficiencia y eficacia en cada uno de los procesos, predominando ante todo la satisfacción de cada uno de los clientes. (Durán, J, 2008, pág. 5)

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Identificar la Situación Actual de la Cooperativa “Alianza del Valle” Ltda., para determinar los principales factores que impiden el buen desenvolvimiento de cada uno de las actividades de la sección de Crédito y Cobranzas.
- ❖ Estudiar las necesidades de los clientes y personal administrativo para plantear soluciones del nuevo sistema.
- ❖ Diseñar el Sistema de Gestión de la Calidad según la Norma ISO 9001:2000 aplicable a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Alianza del Valle” Ltda. (Sección de Créditos y Cobranzas).

- ❖ Diseñar la documentación necesaria para el Sistema de Gestión de la Calidad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Alianza del Valle” Ltda. (Sección de Crédito y Cobranzas). (2008, pág. 5)

La cooperativa de ahorro y crédito Alianza Del Valle es una institución con residencia en el Ecuador proveniente del Valle de los Chillos que ha logrado sobresalir en el mercado financiero nacional desde el año 1969 cuando fueron aprobados sus estatutos. La actualidad en la que se desarrollan las entidades financieras se ha visto envuelta en una serie de cambios y exigencias financieras que están obligando a cada una de las instituciones a encaminarse en un marco de mejora continua y adoptar sistemas de gestión de calidad, el antecedente que se describe anteriormente consta de los aspectos clave en base a los que crea una propuesta de mejora encaminada a la mayor satisfacción de los socio/clientes.

ANTECEDENTE 2

“TEMA: ELABORACIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD BAJO LA NORMA ISO 9001:2000, PARA LA CAJA COOPERATIVA CREDICOOP, CON SEDE ÚNICA EN BOGOTÁ”. (Rivera, D, 2004, pág. 1)

AUTOR: Diana Milena Rivera

INSTITUCION: Pontificia Universidad Javeriana

AÑO: 2004

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar la estructura de un Sistema de Gestión de Calidad bajo la Norma ISO 9001:2000 para la Caja Cooperativa CREDICOOP, como estrategia competitiva para el mejoramiento continuo de la organización. (Rivera, D, 2004, pág. 38)

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Realizar el diagnóstico interno de la situación actual de la organización, a la luz de la Norma ISO 9001:2000, incluyendo levantamiento, análisis de información y elaboración de informe de recomendaciones para CREDICOOP

- ❖ Definir los principales procesos que se desarrollan dentro de la organización y su interacción, mediante la realización del mapa de procesos y la especificación de las actividades de cada proceso.
- ❖ Definir la documentación del Sistema de Gestión de Calidad, elaborando los respectivos manuales (Calidad, procesos y funciones) y determinando la estructura de la norma fundamental (formatos de procedimientos, instructivos, registros y control de actividades para los procesos).
- ❖ Determinar la evaluación financiera para el área de servicio al cliente, a partir de la identificación de los beneficios que reportaría la implementación del Sistema de Gestión de Calidad y los costos de la propuesta. (2004, pág. 38)

Se crea un sistema de gestión de calidad en base a normas ISO 9001:2000 para la caja cooperativa CREDICOOP considerando la exigencia del mercado financiero y requisitos de los cliente, este sistema contiene los aspectos de mejora fundamentales para lograr una mayor satisfacción de los socio clientes y a la vez permitir ser mayormente competitivos en el entorno financiero.

ANTECEDENTE 3

TEMA: “DISEÑO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y PROCESO DE MEJORA CONTINUA PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ACCIÓN Y DESARROLLO LTDA. DEL CANTÓN RIOBAMBA PARA EL PERÍODO 2012” (Cuenca, Deanna, 2008, pág. 1)

AUTOR: Deanna Banesa Cuenca Choca y Alex Javier Lema Gómez

INSTITUCION: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

AÑO: 2004

OBJETIVOS DE LA CALIDAD

- ❖ Indagar persistentemente para satisfacer al cliente tanto interno como externo, cumpliendo en su mayoría expectativas y exigencias.

- ❖ Alinear a la organización como cultura, impulsando hacia la mejora continua e innovando nuevas técnicas para facilitar el trabajo.
- ❖ Motivar en los colaboradores de la empresa, la fabricación de productos y prestación de servicios de calidad en base a incentivos. (2008, pág. 2)

Esta institución considera importante la adopción de un sistema de gestión de calidad para mejorar la calidad del servicio y satisfacción del cliente llevando una planificación y organización de actividades de producción que permitan encaminarse hacia la mejora continua y alcanzar mayor competitividad en el mercado.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La presente investigación optará por apoyarse en las leyes que actualmente alinean y rigen la soberanía ecuatoriana y por lo cual guían y controlan el comportamiento de la población. Los presentes artículos citados están a fin con el tema de estudio y cada uno de ellos comparten la línea de investigación en curso a realizarse en la provincia del Carchi, entre las presentes leyes que se citarán tenemos: La Constitución Ecuatoriana, La ley de Economía Popular y Solidaria, El Plan Nacional del Buen Vivir, La ley General de Instituciones Financieras.

Las cooperativas en el Ecuador han promovido el desarrollo económico de las personas a través de incentivos crediticios con facilidades de adquisición y asesoramiento que dinamizan sectores productivos así como se manifiesta en el siguiente comentario.

Hoy es irrefutable, que el cooperativismo y en general el Asociativismo, es el movimiento socioeconómico más grande de la humanidad; por ende, la Economía Solidaria es el sistema económico, social, político y cultural, que ha permitido ascender el nivel de vida de millones de personas fundamentalmente de clase media y baja, implementado en ellos valores y principios de solidaridad, equidad y justicia. (Blacio, R, 2009, párr.1)

2.2.1. Sistema económico y político

De acuerdo con el sistema económico y político se manifiesta lo siguiente:

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. (Cardoso, G, 2013, pág. 3)

Cabe recordar que dentro del sistema económico están inmersas las cooperativas de ahorro y crédito las cuales son objeto de nuestro estudio, y que son órganos proporcionadores de financiamiento y proveedores de productos y servicios que facilitarán y mejorarán la calidad de vida de los ciudadanos.

2.2.2. Componentes del sistema financiero

De acuerdo a la SBS, 2012 se manifiesta lo siguiente:

El sistema financiero del Ecuador está compuesto por organismos públicos y privados que tienen por objeto canalizar el ahorro de las personas para incentivar el desarrollo de la actividad económica ecuatoriana haciendo que los recursos monetarios de las personas que poseen excedentes lleguen hasta las personas que necesitan de estos recursos mediante la intermediación de una entidad financiera. (párr. 1)

Así como se lo afirma en el siguiente párrafo.

Acaro, D, 2012 señala que “Las cooperativas, son sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o personas jurídicas que sin perseguir finalidad de lucro, realizarán actividades o trabajo de beneficio social o colectivo” (pág. 46)

Los componentes del sistema financiero están también esclarecidos en la constitución de los ecuatorianos en su artículo 311 y el cual menciona que:

El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un

tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

Así como también se lo ratifica en la ley de economía popular y solidaria que argumenta:

Las cooperativas de ahorro y crédito, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias y otras entidades asociativas formadas para la captación de ahorros, la concesión de préstamos y la prestación de otros servicios financieros en común, constituyen el Sector Financiero Popular y Solidario, el mismo que se regulará por lo dispuesto en la Segunda Parte de la presente ley. (pág. 2)

2.2.3. Plan del nacional del buen vivir

El Plan nacional de desarrollo o más conocido como plan nacional del buen vivir fue expuesto ante la ciudadanía el 10 de diciembre del 2009, y cuya finalidad es la de descentralizar y desconcentrar el poder, y construir el estado Plurinacional e intercultural según lo asegura el siguiente párrafo:

La calidad de vida alude directamente al Buen Vivir en todas las facetas de las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas. Dicho de otra manera, tiene que ver con el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de los individuos y de las colectividades, en su afán por satisfacer sus necesidades y construir un proyecto de vida común. (Tapia, S. 2013, párr. 1)

En La presente investigación se ha revisado artículos que parten desde la carta magna, La ley de economía popular y solidaria hasta llegar a uno de los puntos que están inmersos del plan nacional del buen vivir y que está acorde con la investigación en curso.

2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.

La presente investigación se basa en las filosofías de los grandes personajes de la calidad y uno los pioneros de la cultura del pensamiento estratégico como es Igor Ansoff, así como también el padre del marketing moderno Philip Kotler quienes han aportado con sus conocimientos científicos y técnicos en un ámbito empresarial de gran exigencia y complejidad.

Cada uno de los personajes citados a continuación han contribuido a la evolución de la calidad con el pasar del tiempo además de permitir el desarrollo de nuevas e innovadoras estrategias de mercados que encaminan a la obtención de mayor participación.

La necesidad de encaminarnos por la ruta de cada uno de tan prestigiosos autores, maestros de la calidad y las estrategias empresariales, se debe a sus conceptos y filosofías que han ayudado a mejorar las organizaciones en diversos países del mundo.

2.3.1.- Joseph m. Juran

Introducción.-

La filosofía de Juran está basada en el mejoramiento de la calidad que a su vez consigue la satisfacción de los consumidores con productos que posean características especiales adaptables a las expectativas de los clientes, la trilogía de la calidad la cual es una de sus aportaciones ha sido de gran impacto en las empresas del mundo al generar excelentes resultados de calidad. Juran fue uno de los gurús que más aportes brindo en la historia de la calidad y nos enseña que la administración de una empresa debe basarse en tres programas básicos: La planeación de calidad, control de la calidad, mejoramiento de la calidad.

Trilogía De Juran:

Orellana, K, 2012, señala que el enfoque de Juran sobre la administración de calidad se basa en lo que él llamó trilogía de Juran, que divide el proceso de

administración de calidad en tres etapas: planeación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad.

Planeación de la calidad

Independientemente del tipo de organización, producto o proceso, la planeación de la calidad se puede generalizar en una serie universal de pasos de entrada-salida, llamada **mapa de planeación de la calidad**, y son los siguientes:

- ❖ Identificar a los clientes.
- ❖ Determinar sus necesidades.
- ❖ Traducir las necesidades al lenguaje de la empresa.
- ❖ Desarrollar productos con características que respondan de manera óptima a las necesidades de los clientes.
- ❖ Desarrollar un proceso que sea capaz de producir las características del producto.
- ❖ Transferir el proceso de la operación

Control de calidad

La alta administración debe utilizar un proceso universal a fin de controlar las operaciones. Para controlar un proceso se debe establecer un vínculo de retroalimentación en todos los niveles y para todos los procesos; asegurarse de que cada empleado se encuentre en estado de autocontrol; establecer objetivos de calidad y una unidad de medición para ellos; proporcionar a las fuerzas operativas medios para ajustar los procesos de conformidad con los objetivos. Los principios de control son la esencia del control de calidad, antes y ahora, pues si se quiere que un proceso permita entregar al cliente lo que lo que éste necesita.

Mejoramiento de la calidad

Esta etapa se basa en la realización de todas las mejoras “proyecto por proyecto”. Para ello es necesario establecer un consejo o comité de calidad que diseñe, coordine e institucionalice la mejora de calidad anual. El comité deberá definir la forma de seleccionar cada proyecto, que deberá incluir nominación, selección, declaraciones de misión y publicación del proyecto. Conforme las

prácticas de calidad evolucionan, las organizaciones encuentran diferentes formas de realizar el mejoramiento de la calidad. (párr. 4, 5, 6, 7)

2.3.2.- Kaoru Ishikawa

Introducción.-

Otro de los grandes gurús en la investigación de la calidad es Kaoru Ishikawa, la filosofía de este personaje se basa en la mejora de la calidad a través de sus principios de calidad.

El empleo de la filosofía de Kaoru Ishikawa será útil para la presente investigación considerando el aporte que generó en las industrias japonesas y los beneficios conseguidos en base a sus herramientas y principios de calidad.

Otero (2003) citado por Hernández, G. (2009) manifiesta lo siguiente:

Ishikawa estaba interesado en cambiar la manera de pensar de la gente respecto a su trabajo. Para él, la calidad era un constante proceso que siempre podía ser llevado un paso más adelante. Conocido como uno de los más famosos gurús de la calidad mundial, es precursor de los conceptos sobre la calidad total en el Japón. Posteriormente tuvo una gran influencia en el resto del mundo, ya que fue el primero en resaltar las diferencias culturales entre las naciones como factor importante para el logro del éxito en calidad

Principios de la calidad

1. La calidad empieza con la educación y termina con la educación.
2. El primer paso en la calidad es conocer las necesidades de los clientes.
3. El estado ideal del control de calidad ocurre cuando ya no es necesaria la inspección.
4. Eliminar la causa raíz y no los síntomas.
5. El control de calidad es responsabilidad de todos los trabajadores y en todas las áreas.
6. No confundir los medios con los objetivos.
7. Ponga la calidad en primer término y dirija su vista a las utilidades a largo plazo.
8. La mercadotecnia es la entrada y salida de la calidad.

9. La gerencia superior no se debe disgustar cuando los subordinados les presenten hechos.

10. El 95% de los problemas de una empresa se pueden resolver con simples herramientas de análisis y de solución de problemas.

11. Aquellos datos que no tengan información dispersa (es decir, variabilidad) son falsos. (párr. 23)

Los principios establecidos por este autor y gurú de la calidad se enfocan claramente a la mejora de la calidad en las organizaciones considerando la necesidad del talento humano para hacer posible los cambios y mejoras de los productos y servicios, además enfatiza en los aspectos claves de mejora como lo son las causas que originan las falencias de la producción mas no los síntomas que se generan mismos que provocan la no calidad en el producto final y posteriormente la insatisfacción del cliente.

2.3.3.- Edwards Deming

Introducción

Durante el transcurso de los años, se han venido desarrollado filosofías o culturas de calidad, de las cuales algunas han sobresalido por sus excelentes resultados. Para poder apreciar de una mejor manera lo que es calidad es importante estudiar los aportes considerables de los grandes maestros creadores de las diferentes filosofías y herramientas relacionadas, así como el entorno en el que se desarrollaron.

Filosofía de Deming

La filosofía de W. Edwards Deming se ha resumido de la siguiente manera:

El doctor W. Edwards Deming enseñó que mediante la adopción de los principios adecuados de gestión, las organizaciones pueden aumentar la calidad y al mismo tiempo reducir los costos (mediante la reducción de residuos, el personal y el desgaste, mientras que el aumento de las demandas de los clientes). La clave está en la práctica de la mejora continua y pensar de la industria manufacturera como un sistema, En el decenio de 1970, la filosofía del doctor Deming se resume de algunos de sus proponentes japoneses con la siguiente comparación:

Deming abogó por que todos los administradores necesitan tener lo que él llamó un sistema de profundos conocimientos, que consta de cuatro partes:

Reconocimiento de un sistema: la comprensión global de los procesos de participación de proveedores, productores y clientes (o receptores) de bienes y servicios.

El conocimiento de variación: la gama y las causas de la variación en la calidad y el uso de muestreo estadístico en las mediciones;

Teoría del conocimiento: los conceptos y conocimientos que explican los límites de lo que puede ser conocida.

El conocimiento de la psicología: los conceptos de la naturaleza humana. (Leilui, 2011, párr. 1,2,3,4,5,6,7)

Un gerente debe comprender que todas las personas poseen gustos y preferencias diferentes y además conocer que el desempeño de cualquiera de ellas se rige en gran medida por el sistema que trabaja y la responsabilidad de la tarea.

El aporte de Deming se enfoca básicamente a que las empresas apliquen la gestión de calidad tratando siempre de aprovechar al máximo los recursos disponibles y hacer que con ello se minimicen los costos, logrando de esta manera que las organizaciones se encaminen a un mejoramiento continuo para competir en el mercado.

Ciclo Deming

Una de las principales herramientas para la mejora continua en las empresas es el ya conocido por todos y poco aplicado Ciclo Deming o también nombrado ciclo PHVA (*planear, hacer, verificar y actuar*). En realidad el ciclo fue desarrollado por Walter Shewhart, el cual dio origen al concepto. Sin embargo los japoneses fueron los encargados de darlo a conocer al mundo, nombrándolo así en honor al Dr. William Edwards Deming. (Borrego, D, 2009, párr. 1)

Ciclo Deming

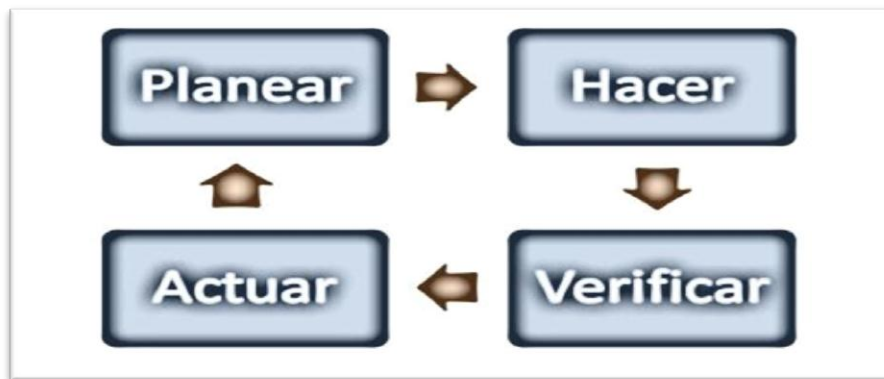


Figura 2. Ciclo PHVA

FUENTE: Borrego, Daniel. (2009). *Herramienta para la mejora continua*.
Recopilado de: <http://www.herramientasparapymes.com/herramienta-para-la-mejora-continua-ciclo-deming>

Como se aprecia en el ciclo Deming esta es una herramienta útil que las empresas deben adoptar con la finalidad de alcanzar la mejora continua de la calidad dentro de cada una de ellas. El ciclo consiste de una secuencia lógica de cuatro pasos que deben ser coordinados y organizados hasta lograr el mejoramiento empresarial esperado.

Los 4 pasos del Ciclo Deming.

Planear

- ❖ Establecer los objetivos de mejora.
- ❖ Detallar las especificaciones de los resultados esperados.
- ❖ Identificar los puntos de medición.

Hacer

- ❖ Aplicar soluciones.
- ❖ Documentar las acciones realizadas.

Vigilar

- ❖ Vigilar los cambios que se hayan realizado.
- ❖ Obtener retroalimentación.

Actuar

- ❖ Realizar los ajuste necesarios.
- ❖ Aplicar nuevas mejoras.
- ❖ Documentar (Borrego, D, 2009, párr. 2)

Deming otro de los maestros en la historia de la calidad ha contribuido con grandes conocimientos para su aplicación en las empresas, lo que será de gran ayuda para su estudio y aporte en la presente tesis, considerando su ideología de mejoramiento continuo y sus excelentes conocimientos para la obtención de calidad en los procesos de las organizaciones. El propósito de la filosofía de Deming es profundizar en temas de calidad para la mejora continua. Si observamos los 14 principios que propone Deming podemos conocer que en cada uno de ellos se determina aspectos clave para lograr el mejoramiento de las empresas es por eso importante que la filosofía de este precursor sea de ayuda para el presente trabajo investigativo.

Los 14 principios de Deming

- 1.- Crear constancia de mejorar el producto y servicio, con el objetivo de ser competitivos, permanecer en el negocio proporcionando puestos de trabajo.
- 2.- Adoptar una nueva filosofía
- 3.- Dejar de depender de la inspección en masa
- 4.- Acabar con la práctica de hacer negocios teniendo como base únicamente al precio
- 5.- Mejorar constantemente y siempre el sistema de producción y servicio
- 6.- Implantar la formación
- 7.- Adoptar e implantar el liderazgo
- 8.- Desechar el miedo
- 9.- Derribar las barreras entre departamentos
- 10.- Eliminar eslóganes, exhortaciones y metas para la mano de obra
- 11.- Eliminar los cupos para la mano de obra y los objetivos numéricos para la dirección
- 12.- Eliminar las barreras que privan a la personas de estar orgullosas de su trabajo
- 13.- Estimular la educación y la automejora en todo el personal
- 14.- Actuar para lograr la transformación. (Gill, Gregorio, 2010)

De acuerdo a los principios de Deming podemos destacar los puntos 1-5-7-13 y 14 que se enfocan al mejoramiento en la producción de los productos y servicios y que además incentiva el liderazgo organizacional, lo que es esencial para la mejora de las empresas encaminadas hacia el mejoramiento continuo y transformación.

2.3.4.- Matriz de Ansoff

Tabla 1
Matriz de Ansoff

	PRODUCTOS ACTUALES	PRODUCTOS NUEVOS
MERCADOS ACTUALES	1.- Penetración en el Mercado.	3.- Desarrollo del producto
MERCADOS NUEVOS	2.- Desarrollo del Mercado	4.- Diversificación

Fuente: Ambrosito Alex (2013). *Qué es la matriz de Ansoff*. Recopilado de: <http://queaprendemoshoy.com/que-es-la-matriz-de-ansoff/ansoff/>
Elaborado por: Los autores

De acuerdo con la matriz de Ansoff podemos conocer que el mercado en el que se desarrollan las actividades productivas y económicas de las empresas no siempre es el mismo sino que está sometido a diversos cambios a los cuales toda organización debe acoplarse para ser competitivas de tal forma que opten por estrategias convenientemente formuladas y establecidas para generar ventajas competitivas, permitiendo de esta forma el crecimiento organizacional.

A continuación se detallan las estrategias en la matriz de Ansoff

Estrategia de penetración de mercados

El primer cuadrante describe una situación donde una empresa, con un producto existente, pretende ganar participación en un mercado también existente. Esta

opción implica vender más productos a los clientes actuales o procurar quitárselos a la competencia.

Entre las herramientas para lograr este objetivo se encuentran, entre otras, los descuentos por volumen, un aumento de la inversión publicitaria, las tarjetas de fidelidad y una mayor penetración en el canal de distribución. (Álvarez, A, 2009, párr. 5 y 7)

Estrategia de desarrollo de productos

Una estrategia de desarrollo de productos implica llegar con un producto nuevo a un mercado existente, para alcanzar una participación superior en los mercados donde la empresa ya tiene presencia. Esta opción supone el lanzamiento de productos y marcas y la modificación de los mismos para cubrir necesidades existentes. (2009, párr. 8)

Estrategia de desarrollo de mercados

Esta opción consiste en vender un producto o servicio existente en nuevos mercados, por ejemplo, a través de la exportación, la utilización de nuevos canales de distribución, la búsqueda de nuevos usos para nuestros productos y servicios o la penetración de nuevos segmentos. (párr. 11 y 12)

Estrategia de diversificación

Esta alternativa implica entrar en mercados y productos nuevos para la empresa. Existen distintos tipos de diversificación:

Diversificación horizontal: Ocurre cuando se adquiere una empresa o se desarrollan productos, servicios o marcas que tienen aproximadamente el mismo target de clientes (o uno similar pero satisfacen otras necesidades), por lo que constituyen nuevos mercados.

Diversificación vertical: Ocurre cuando una empresa se integra hacia delante (adquiriendo un cliente o ingresando en ese mercado) o hacia atrás (cuando lo hace con un proveedor o entra en el mercado de los proveedores).

Diversificación concéntrica: Ocurre cuando la empresa entra o adquiere una compañía en un mercado que tiene alguna sinergia tecnológica, comercial o de producción con la empresa, pero no clientes o productos comunes.

Diversificación conglomerada: Ocurre cuando la empresa adquiere empresas o penetra en mercados que no tienen ninguna sinergia aparente con la firma, salvo el uso y la generación de efectivo. (párr. 14, 15, 17,19 y 21)

Las estrategias que ANSOFF propone en la matriz poseen un apoyo de vital importancia en el sentido de acercamiento y penetración en el mercado, claro está que las empresas deben adoptar estas estrategias en cuanto a sus necesidades y expectativas de mercado, si nos enfocamos en la estrategia de “penetración en el mercado” de ANSOFF podemos decir que es necesario para empresas u organizaciones nuevas las cuales deben conquistar al mercado con los productos que ofrecen y por ende deben aplicar todas las medidas pertinentes para ingresar en él y de esta forma impedir que los competidores no permitan su ingreso. Por otra parte nos podemos referir a instituciones o empresas que prestan servicios a los usuarios o clientes, las mismas que a su vez deberían mantenerse en el mercado demostrando excelencia en los servicios que prestan, para lo cual sería oportuna la aplicación de la segunda estrategia de ANSOFF la cual es “Estrategia de desarrollo de productos” la cual consiste en que la empresa genere una nueva idea de producto o servicio para que la ofrezca a sus clientes con la finalidad de alcanzar de mejor forma la satisfacción de las necesidades que poseen los compradores.

2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.

INTRODUCCIÓN

Cuando hablemos de calidad estamos refiriéndonos a un término que apareció hace más de 2000 años y su evolución se ha dado de una manera efectiva tomando en cuenta las diversas exigencias del mercado de bienes y servicios, estos cambios se han generado considerando la intervención del sector tecnológico, globalización y las crecientes y cambiantes necesidades de los

consumidores, estos han sido los aspectos que han obligado a las organizaciones a encaminarse a la mejora continua para poder satisfacer las expectativas y requisitos del cliente.

2.4.1.- Historia de la calidad

La Calidad como concepto y su evolución en la historia tiene como referencia más cercana los planteamientos que comenzaron a principios del siglo XX con innumerables maestros y escuelas de la administración. El padre de la administración fue Frederick Taylor mismo que originó un nuevo concepto en la producción, al dividir el trabajo en tareas individuales, separando cada una de ellas, las tareas de inspección de las de producción, y el trabajo de planificación del de ejecución.

Walter Shewart, es el más sobresaliente, considerado el padre de los sistemas de gestión de la calidad actual. Crea en 1924 las gráficas de control, las cuales se hacen muy populares a mediados de la segunda guerra mundial, con la creación y utilización de la producción en serie Shewart crea el ciclo PHVA, que más tarde los japoneses rebautizaron como ciclo Deming. (Alonso, M, 2008, pág. 13)

La intervención de varios precursores de la calidad en la historia ha hecho posible que las empresas se vean enmarcadas en un proceso de mejoramiento continuo como es el caso de las empresas japonesas que se han dedicado desde los años anteriores a mejorar sus actividades con la aplicación de los aportes de los grandes pensadores como lo son Deming, Juran, Shewhart entre otros que han sido los que han promovido el cambio de cultura rutinaria en cuanto a procesos productivos organizacionales y han sido ejemplo de mejora continua para las empresas del mundo.

2.4.2.- Definiciones de la calidad

Antes de describir lo que es un PMC, necesitamos comprender lo que es la calidad y que no lo es. La calidad no tiene relación alguna con lo brillante o resplandeciente que sea algo ni con su costo o con la cantidad de características y

artilugios que pueda tener. El cliente que compra lo que usted produce o que utiliza sus servicios tiene en mente ciertas necesidades y expectativas. Si el producto o servicio satisface o sobrepasa estas expectativas una y otra vez, entonces en la mente del cliente, hay un producto o servicio de calidad. (Thomas H. Berry, 1996, pág. 2)

Calidad

De acuerdo al presente tema podemos referirnos a las definiciones de calidad que varios autores establecen. Entre ellos es preciso citar a los maestros y precursores de la calidad de los siglos anteriores y aunque aún no se puede afirmar quienes deben ser llamados filósofos y quienes no, es preciso examinar las perspectivas que cada uno de ellos han propuesto para generar los aspectos más relevantes sobre filosofía de calidad y han aportado con las sapiencias de la humanidad.

Entre los principales precursores de calidad se destacan los siguientes:

La definición de Calidad según Deming

Los problemas inherentes en tratar de definir la calidad de un producto, casi de cualquier producto, fueron establecidos por el maestro Walter Shewhart. La dificultad en definir calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará. Esto no es fácil, y tan pronto como uno se siente exitoso, encuentra rápidamente que las necesidades del cliente han cambiado y que la competencia ha mejorado, hay nuevos materiales para trabajar, algunos mejores que los anteriores, otros peores, otros más baratos, otros más caros... ¿Qué es calidad? Calidad puede estar definida solamente en términos del agente. ¿Quién es el juez de la calidad? En la mente del operario, produce calidad si toma orgullo en su trabajo. La mala calidad, según este agente, significa la pérdida del negocio o de su trabajo. La buena calidad, piensa, mantendrá a la compañía en el negocio. Todo esto es válido en industrias de bienes y servicios. La calidad para el Gerente de Planta significa obtener las cifras resultantes y conocer

las especificaciones. Su trabajo es también el mejoramiento continuo de los procesos y liderazgo. (Hoyer, R.W. Hoyer y Brooke B.Y. 2001, pág. 3)

Según la definición que Deming propone sobre calidad es conveniente tomar en cuenta que para que esto ocurra es preciso que el empleado se vea comprometido con su trabajo y con la empresa, con la finalidad de que el producto resultado de las operaciones organizacionales sea acorde a los requerimientos del mercado y el consumidor. Es difícil tal vez conocer los gustos cambiantes del mercado pero lo importante es que la empresa se encuentre en un constante cambio y mejora que le permita acoplarse rápidamente a los requerimientos del mercado en el que se desarrollan, para ello también es importante que los cambios en el producto no generen incrementos considerables por motivo de que el cliente espera un producto con precios bajos el mismo que lo pueda adquirir pero que satisfaga sus necesidades y expectativas.

La Definición de Calidad según Crosby

El primer supuesto erróneo es que calidad significa bueno, lujoso, brillo o peso. La palabra "calidad" es usada para darle el significado relativo a frases como "buena calidad", "mala calidad" y ahora a "calidad de vida". Calidad de vida es un cliché porque cada receptor asume que el orador dice exactamente lo que él (ella) "el receptor", quiere decir. Esa es precisamente la razón por la que definimos calidad como "Conformidad con requerimientos", si así es como lo vamos a manejar....Esto es lo mismo en negocios. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos. Las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos. La no conformidad detectada es una ausencia de calidad. Los problemas de calidad se convierten en problemas de no conformidad y la calidad se convierte en definición. (Rodríguez, M, 2004, pág. 13)

Acorde a la definición de calidad de Crosby se puede entender que, cuando se hable de calidad no simplemente es mirar el producto y decir que este es bueno, tampoco es suficiente que el producto muestre características atractivas para el cliente, sino que además este debe cumplir con los requerimientos

necesarios para lograr la conformidad del cliente o consumidor, es decir que para que un producto tenga calidad debe reunir una serie de expectativas y características convenientes que agraden al usuario para llegar hasta él y hacer que se sienta conforme de la adquisición que ha realizado. Si el cliente está conforme con el producto, la empresa u organización no debe descuidarse de ello, sino estar siempre pendiente y realizar mediciones correctamente establecidas y no permitir que el producto deje de poseer calidad en el mercado de bienes y/o servicios.

La definición de Calidad según Ishikawa

Nos comprometemos con el control de calidad en orden de manufacturar productos con la calidad que pueda satisfacer los requerimientos del cliente. El mero hecho de contar con estándares nacionales no es la respuesta, esto es simplemente insuficiente. Podemos mantener en mente que los requerimientos del cliente cambian de año a año. Generalmente, aun cuando los estándares industriales cambien, esto no asegura que estén alineados con los requerimientos del cliente. Hacemos énfasis en la orientación hacia el cliente. Aquí, ha sido aceptado por los productores el pensar que le están haciendo al cliente un favor vendiéndoles sus productos. Esto lo llamamos un tipo de operación “por producto”. Lo que propongo es un sistema de “mercadeo interno”, en el que los requerimientos del cliente son analizados. En términos prácticos, propongo que los industriales estudien las opiniones y requerimientos del cliente y los tomen como referencia cuando diseñen, produzcan y vendan sus productos. Cuando desarrollen un nuevo producto, el fabricante deberá anticipar los requerimientos y necesidades del cliente. Como uno interprete el término "calidad" es importante....De manera somera, calidad significa calidad del producto. Más específico, calidad es calidad de trabajo, calidad del servicio, calidad de información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.” (Toledo, Denis, 2007, pág. 32)

De acuerdo con la definición de Ishikawa se puede resaltar la importancia de la orientación al cliente, es fundamental que las actividades de la empresa se orienten principalmente en los gustos y preferencias cambiantes del mercado

porque de ello depende que las organizaciones comercialicen los productos y servicios ya sea nacional o internacionalmente, es algo normal que los clientes cambien de parecer de año a año pero es ahí donde las empresas deben enfatizar su trabajo investigativo para fabricar lo que los clientes esperan para cumplir sus expectativas.

En la actualidad esta definición es una de las más aplicadas en el mercado tanto nacional como internacional, ya que como todos hemos sido testigos de los grandes avances tecnológicos que se han generado han abierto muchas expectativas en el mercado lo que ha generado cada vez mayor exigencia de los consumidores en cuanto a las adquisiciones que realizan y las empresas deben regirse a un mejoramiento continuo permitiendo a los líderes empresariales motivar y dirigir a su personal hacia el éxito empresarial.

La Calidad para Joseph Juran

Para Juran la calidad puede tener varios significados, dos de los cuales son muy importantes para la empresa, ya que estos sirven para planificar la calidad y la estrategia empresarial. Por calidad Juran entiende como la ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en las entregas, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contratos de ventas, etc. Calidad es adecuarse al uso. (Padilla, G, 2002, párr. 1)

Dentro de las empresas debe producirse una serie de productos o servicios que sean exactos y carezcan de falencias, para ello es necesario que cada uno de los departamentos tenga sus actividades correctamente establecidas y organizadas para que los resultados sean satisfactorios y con la calidad esperada por el mercado.

2.4.3.- Conceptos de calidad

Tabla 2
Conceptos de calidad

AUTORES	ENFOQUE	ACENTO DIFERENCIAL	DESARROLLO
Platón	Excelencia	Calidad absoluto (producto)	Excelencia como superioridad absoluta, <<Lo mejor>>. Asimilación con el concepto de <<lujo>>. Analogía con la calidad de diseño.
Shewhart Crosby	Técnico: Conformidad con especificaciones	Calidad Comprobada / Controlada (procesos)	Establecer especificaciones. Medir la calidad por la proximidad real de los estándares. Énfasis en la calidad de conformidad. Cero defectos.
Deming Taguchi	Estadístico: perdidas mínimas para la sociedad, reduciendo la variabilidad y mejorando estándares	Calidad generada (producto y procesos)	La calidad es inseparable de la eficacia económica. Un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste. La calidad exige disminuir la variabilidad de las características del producto alrededor de los estándares y su mejora permanente. Optimizar la calidad del diseño para mejorar la calidad de conformidad.
Feigenbaum Juran Ishikawa	Aptitud para el uso	Calidad Planificada (Sistema)	Traducir las necesidades de los clientes en las especificaciones La calidad se mide por lograr la aptitud deseada por el cliente. Énfasis tanto en la calidad de diseño como de conformidad.

Fuente: Cesar Camisón, Sonia Cruz, Tomas Gonzales (2012). pág. 147
Elaborado por: Los autores

De acuerdo con el contenido del libro antes citado es indispensable que una organización opte por el mejoramiento continuo de la calidad de productos y servicios que ofrece a los clientes y consumidores, principalmente se debe conocer que al hablar de calidad no solamente es mostrar la presentación del producto sino que además este debe estar acorde a lo que el cliente busca para que pueda satisfacer la necesidad que posee, pero si por el contrario el

producto no satisface su necesidad simplemente se estará hablando de un producto que no posee calidad y debe mejorar mediante la investigación de mercado y aplicación de medidas correctivas.

2.4.4.- Orígenes de la evolución de la calidad total

La calidad, la mejora continua y la perfección, son ideales que han existido en el ser humano en todas las culturas a lo largo de la historia, de hecho los grandes avances que disfrutamos en esta época, en todos los ámbitos ya sea artístico, económico, tecnológico, o científico demuestran claramente que la calidad es un afán que ha preocupado al hombre siempre; basta con recordar las pirámides de Egipto, Teotihuacán, la majestuosidad de la cultura griega o cualquiera de las manifestaciones culturales de la humanidad, desde ese entonces hasta la época actual. El hombre en su esencia, siempre ha buscado la mejora continua sin la existencia de este afán por mejorar y perfeccionar el ambiente y consecuentemente la cultura en todas sus manifestaciones. (Galindo, M, Lourdes, 2001 pág. 41)

Tabla 3
Orígenes de la Evolución de la Calidad Total

Periodo	Grandes civilizaciones	Edad Media	Siglo XIX	Siglo XX
Gestión para la calidad	No existían principios básicos. Se castigaba la falta de calidad muy severamente	Se basaban en principios tradicionales, como: Inspección del producto por los consumidores. El concepto de artesanía. Especificaciones por muestra. Garantía de calidad en los contratos de renta.	Surgen grandes fábricas y desaparecen los pequeños talleres. Aparecen manuales e instrumentos para medir la calidad.	La producción en masa origina la necesidad de utilizar procesos más sencillos a bajo costo y de acuerdo con las especificaciones de calidad requeridas.
Promotores o iniciadores de la calidad	No había personas específicas que se encargan de vigilar la calidad. Las agrupaciones eran pequeñas	Se formaban grupos de artesanos encargados de la fabricación de productos específicos. Gremios	Primeros departamentos de inspección para supervisar a los operarios.	Aparecen organismos encaminados a definir el concepto de control total de calidad. Normas internacionales de calidad. Certificación y acreditación de la calidad.
Enfoque	Solo se preocupaban porque las herramientas que necesitaban les fueran útiles para satisfacer sus necesidades.	Los artesanos se preocupaban por cumplir los requisitos que les demandaban los consumidores.	Crecimiento económico importante por lo que es difícil controlar la calidad y solo importa producir a grandes volúmenes.	La gran competencia nacional e internacional obliga a las empresas a certificar la calidad, pues es la única manera de poder subsistir dentro del mercado.

Fuente: Galindo, Lourdes Munch. (2001). *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. México. Trillas

Elaborado por: Los autores

La calidad ha venido evolucionando con el pasar de los siglos, donde el hombre ha sido el principal impulsador del cambio y mejora que poco a poco se ha ido generando en los bienes y servicios, es importante conocer que en la antigüedad no se tomaba en cuenta la calidad de los productos por tanto no se la aplicaba debidamente en los procesos de producción de las empresas, pero a medida que han ido pasando los años las expectativas de los consumidores

se han vuelto más exigentes obligando a las empresas u organizaciones a mejorar continuamente su calidad y con ello encontrar estabilidad en el mercado. Hoy en día podemos notar que los esfuerzos que han procurado las organizaciones desde los años anteriores en cuanto a trabajo de mejora en los procesos de producción ha logrado alcanzar muchas expectativas del mercado aportando con iniciativas de perfeccionamiento y progreso tecnológico capaz de satisfacer al consumidor con los productos que le entregan, y de esa manera las empresas sigan mejorando más aún los productos que ofertan al mercado para que sean demandados por los usuarios y estos encuentren en el producto o servicio la satisfacción que buscan, solo de esta forma las empresas lograrán un equilibrio competitivo.

El concepto de calidad ha evolucionado fuertemente a lo largo del siglo XX. Desde el mero cumplimiento de especificaciones técnicas establecidas por especialistas, se ha avanzado hacia la satisfacción de los requerimientos de los clientes (adaptación para el uso, según Juran), siguiendo luego por la adaptación para el costo, que implica incluir el aspecto económico (precios), como consideración adicional a los elementos anteriormente mencionados. (Emanuel2411, 2013, párr. 1)

Finalmente se llega una idea de satisfacción de los requerimientos latentes que implica sorprender al cliente con cualidades y atributos que aún no han sido requeridos. Esta última fase, proactiva por naturaleza, promueve la innovación y el desarrollo de nuevas acciones que permitan generar ventajas competitivas difíciles de imitar por otras organizaciones o empresas. (2013, párr. 2)

Según Bounds (1994) Citado por Emanuel2411 sostiene que: la calidad evoluciona a través de cuatro etapas, la de la inspección (siglo XIX), que se caracterizó por la detección y solución de los problemas generados por la falta de uniformidad del producto; la etapa del control estadístico del proceso (década del treinta), enfocada al control de los procesos y la aparición de métodos estadísticos para ese fin y para la reducción de los niveles de inspección del producto; la del aseguramiento de la calidad (década de los cincuenta) donde surge la necesidad de involucrar a todos los departamentos de la empresa en el diseño, planificación y ejecución de políticas de calidad y la etapa de la administración o gestión de la calidad total (TQM-Total

Quality Management, década de los ochenta), donde se considera el mercado y las necesidades del consumidor, reconociendo el efecto estratégico de la calidad como una oportunidad competitiva. (2013, párr. 3)

La evolución de la calidad a partido desde el siglo XIX atravesando varias etapas hasta la actualidad, las mismas que las empresas han adoptado para mejorar sus productos o servicios, hoy se habla de gestión de la calidad total lo que significa que ya no solamente es asegurar la calidad sino que se debe de acoplar una serie de actividades de control para la obtención de resultados satisfactorios y de alta calidad.

Es verdad que las empresas se ven cada vez más presionadas por el mercado pero a la vez se les está obligando a no quedarse estancadas en el pasado y encaminarse al futuro de los negocios donde el producto que más beneficios tenga en el mercado sea el que gane a los clientes y ayude a la empresas a ser competitivas. Es importante conocer que si las empresas realizan su mejor esfuerzo en la producción de bienes o servicios estarán optimizando recursos a través de la producción con calidad y estarán incentivando al personal al trabajo en equipo creando de esta forma un excelente clima laboral lo que dará como resultado la maximización del beneficio empresarial y más clientes satisfechos.

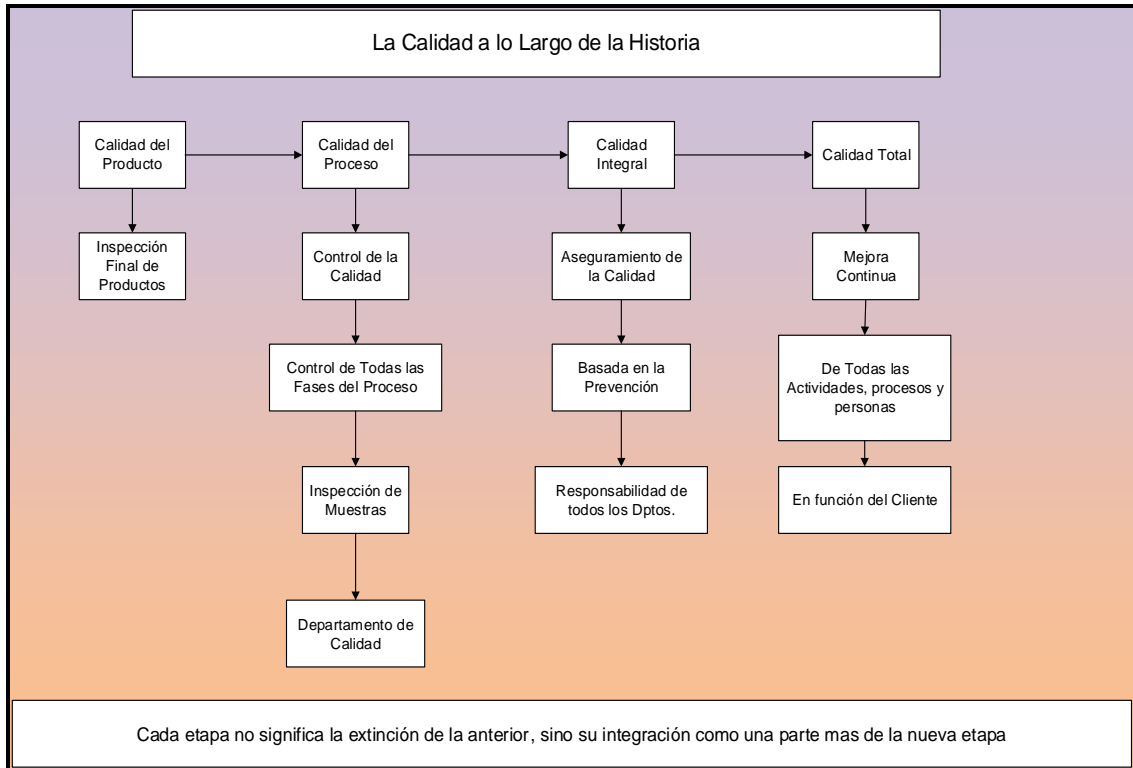


Figura 3: Calidad a lo largo de la historia

Fuente: ISOGIRLS. (2007). *La calidad a lo largo de la historia*. Recopilado de: http://planifi.blogspot.com/2007/07/la-calidad-lo-largo-de-la-historia_10.html

Con el pasar de los años la calidad ha ido mejorando y se ha visto reflejada en la prestación de bienes y servicios donde se han visto involucradas las empresas del mundo mediante una mejora constante en cada uno de los procesos productivos favorecidos por los avances tecnológicos que han sido de vital importancia para cumplir con las exigencias del mercado global.

Como se puede apreciar en el gráfico antes citado la calidad se ha estado desarrollando constantemente siempre alcanzando nuevos parámetros de control y exigencia para el mejoramiento continuo y competitividad.

2.4.5.- Dimensiones de la calidad total

Las dimensiones de la calidad según varios autores las determinan como factores claves del éxito de cualquier tipo de organización o institución, el secreto está en la idónea aplicación de estas dimensiones dentro del entorno económico en el cual

se desenvuelva. Existen cinco dimensiones o factores que según Pablo Emilio Riveros favorecen y otorgan una ventaja competitiva. (Silva, R, Pablo, 2007, pág. 2)

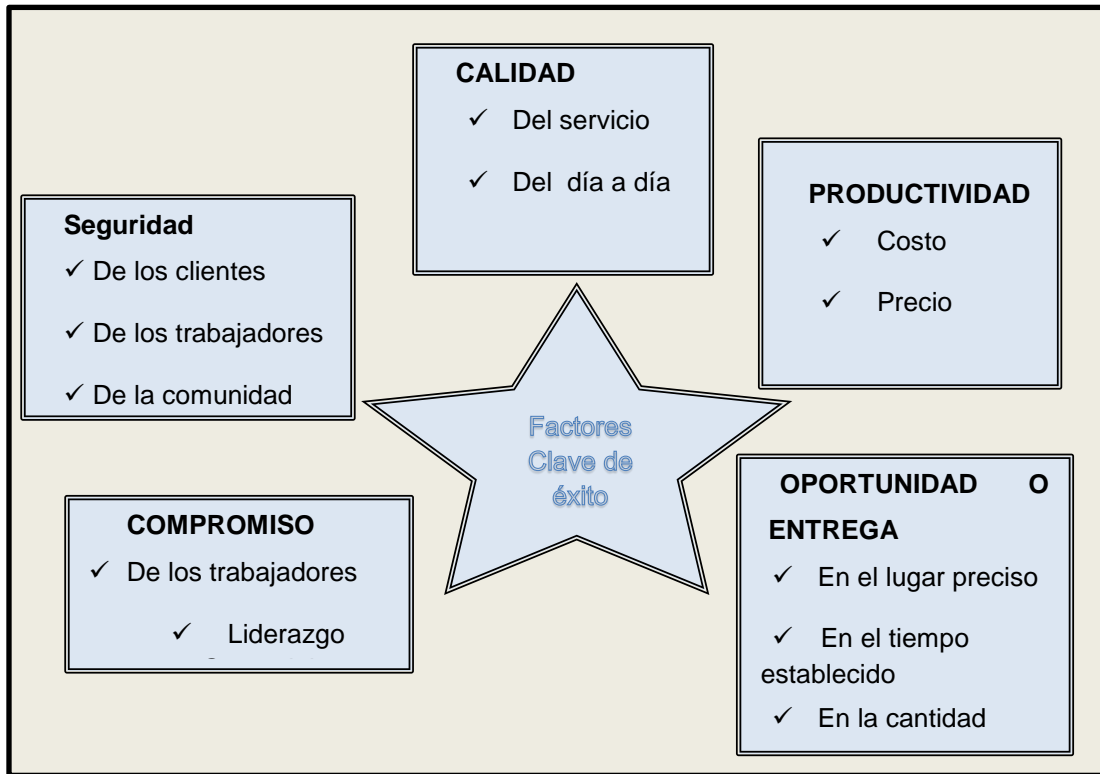


Figura 4 Dimensiones de la calidad total

Elaborado por: Los autores

Fuente: Silva, Pablo Emilio Riveros, (2007). *Sistema de gestión de la calidad del servicio*.

pág. 2

Como se identifica en la figura anterior las dimensiones de la calidad poseen sus propios elementos o requisitos, pero que en común todas conllevan un objetivo, a continuación se explicará cada una de las dimensiones:

Calidad (Primera dimensión)

Es el nivel de cumplimiento de los requisitos del servicio o del producto, que lo hace preferido por el cliente. Para lograrlo es necesario que todas las actividades de la organización funcionen de la mejor forma. (Silva, R, Pablo, 2007, pág. 2)

Como se aprecia en este pequeño fragmento el alcanzar la calidad es una ardua tarea, ya que no solo depende de cumplir con los requisitos o normas establecidas en una empresa sino también de establecer las preferencias de las personas a quienes va dirigido el producto o servicio.

Para el alcance de los requisitos Silva propone aspectos necesarios para que cada puesto de trabajo organice sus actividades del día a día y se logre la confiabilidad en los procesos, a continuación el siguiente cuadro:

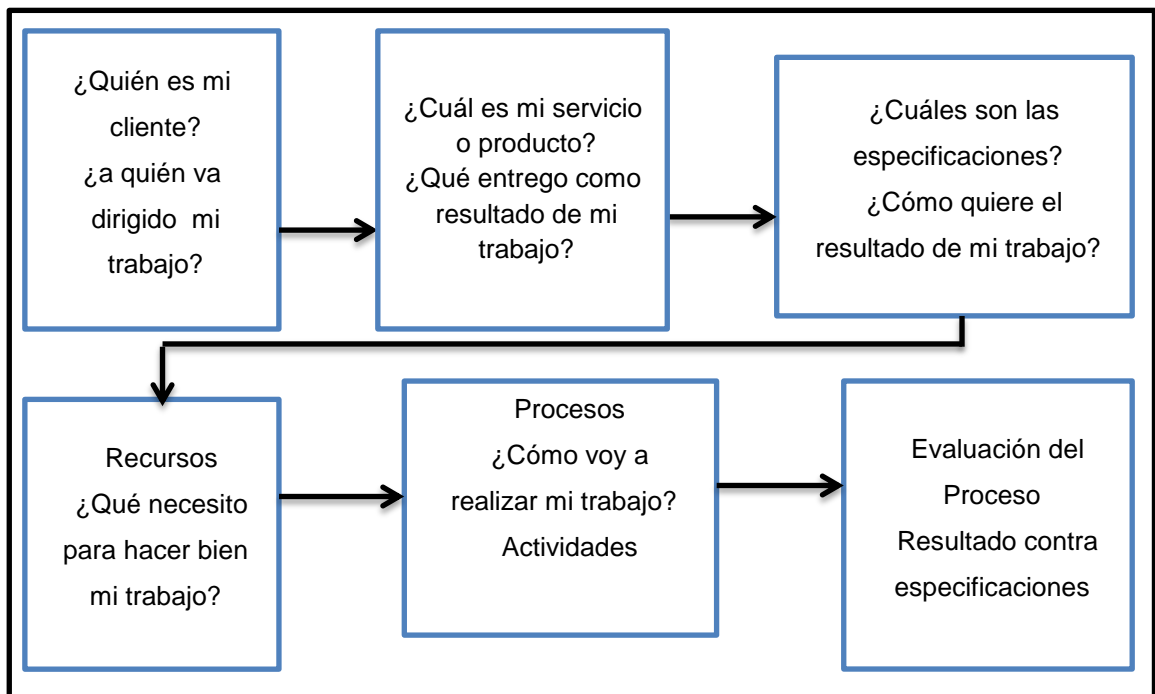


Figura 5 Calidad Primera dimensión, aspectos de cada puesto de trabajo.

Fuente: Silva, Pablo Emilio Riveros, (2007). *Sistema de gestión de la calidad del servicio*. pág. 3

Con el estudio eficiente de cada uno de estos aspectos se puede dar cumplimiento y garantía al proceso de producción del producto o servicio y siendo así pasaría a mano de los clientes para su respectiva evaluación.

Productividad (Segunda Dimensión)

Las personas con el avance del tiempo son más exigentes y observadoras en lo que se refiere a la calidad, esto lo realizan a través de la calidad percibida. Las empresas ya reaccionan ante este hecho muy particular, tratando de que los inputs sean menores que los outputs, pero intentando lo más posible de no

disminuir la calidad, y agregando a sus procesos el tan mencionado valor agregado como alude Silva, “La productividad, es decir producir cada vez más y mejor con cada vez menos. En otras palabras, agregar mayor valor a sus procesos, con menores costos” (Silva, R, Pablo, 2007, pág. 5)

En la figura siguiente, se observa el proceso de transformación de los bienes o servicios según Silva 2007.

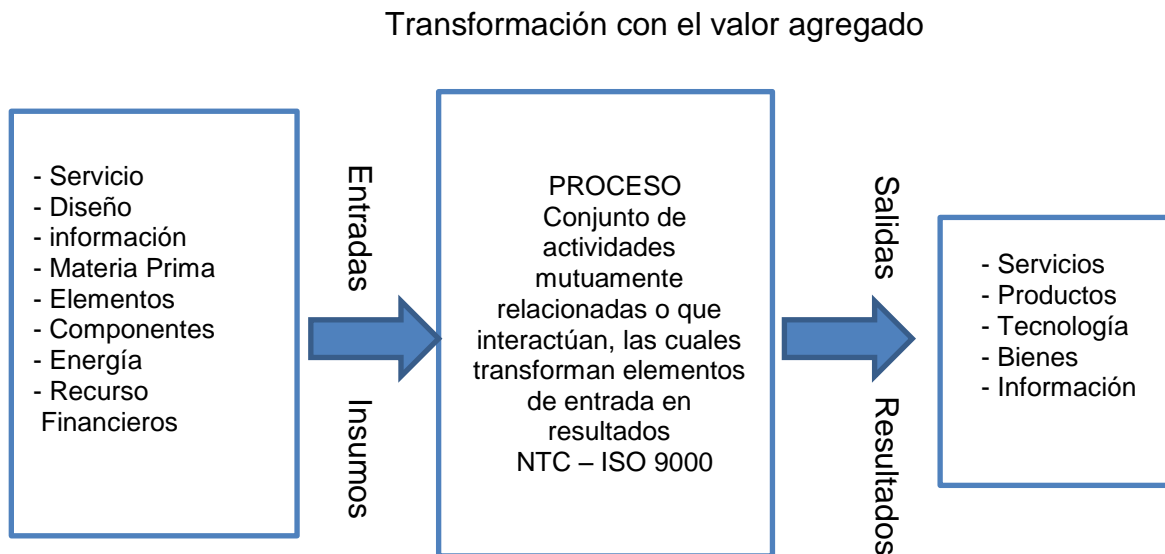


Figura 6 Transformación con el valor agregado

Fuente: Silva, Pablo Emilio Riveros, (2007). *Sistema de gestión de la calidad del servicio*. pág. 6

Oportunidad (Tercera Dimensión)

En esta dimensión hace referencia a la oportunidades que brinda o surge del mismo entorno y que el prever o anticiparse a esos fenómenos otorgar de cierta maneras una ventaja competitiva.

“La oportunidad es un factor tan importante, que suele ser un diferenciador clave en la selección de ofertas” (Silva, R, Pablo, 2007, pág. 9)

Con el estudio de lo antes citado se puede asegurar que un determinado grupo de factores utilizados de manera óptima y cohesionada otorgará a la empresa un mayor número de oportunidades que a su vez deberán ser aprovechadas eficientemente con el objetivo de encaminar al mejoramiento continuo y éxito empresarial.

Compromiso de los empleados (cuarta dimensión)

Casi todos los filósofos concuerdan en que el proceso de la calidad se logra con el compromiso de toda la organización pero Silva menciona que en la cuarta dimensión de la calidad el compromiso solo corresponde a los trabajadores, “mide el nivel de satisfacción de los empleados y su compromiso con el logro de los objetivos de la empresa” (2007, pág.11)

Se puede explicar esto de la siguiente manera, en la organización existen dos tipos de clientes los internos que corresponden a los trabajadores, y los clientes externos que son los clientes reales y potenciales y los cuales pueden ser captados mediante estrategias de la empresa.

La medición del nivel de satisfacción del cliente interno en este caso los trabajadores y su nivel de compromiso comprobará que tan efectivo está resultando el cumplimiento de la misión para el alcance de la visión de la empresa.

Seguridad (quinta dimensión)

Según Silva esta dimensión la acoge según el punto de vista de los empleados y argumenta que “esta dimensión, tiene que ver con la seguridad de ellos, de tal manera que puedan trabajar en condiciones que no afecten su integridad y seguridad” (Silva, R, Pablo, 2007, pág. 12)

Es de conocimiento general que hoy en día la importancia que se le ha dado al personal de una empresa o institución mejora la productividad y conlleva a que los objetivos y metas de la empresa sean alcanzados con éxito.

2.4.6. Normas ISO 9000

La serie de estándares ISO 9000

Las normas ISO 9000 han cobrado mayor relevancia internacional en la última década y en la actualidad es utilizada en más de 120 países.

Estas normas requieren de sistemas documentados que permitan controlar los procesos que se utilizan para desarrollar y fabricar los productos. Estos tipos de sistemas se fundamentan en la idea de que hay ciertos

elementos que todo sistema de calidad debe tener bajo control, con el fin de garantizar que los productos y/o servicios se fabriquen en forma consistente y a tiempo.

Las ISO 9000 no definen cómo debe ser un Sistema de Gestión de Calidad de una organización, sino que ofrecen especificaciones de cómo crearlo e implementarlo; éste será diferente en función de las características particulares de la organización y sus procesos. (Monterroso, E, 2003, párr. 9,10 y 11)

Las normas ISO de calidad en la actualidad están siendo aplicadas por grandes empresas a nivel mundial, ya que las exigencias de la competencia y del mercado han sido motivo de impulso hacia la mejora continua, para ello la aplicación de estas normas ha sido relevante y efectivo para dar cumplimiento con una serie de parámetros que garantizan la calidad de los bienes y servicios que a la vez se toman como ventajas competitivas en el mercado ya sea nacional o internacional.

Las ISO 9000:2000 quedaron conformadas por tres grandes apartados:

ISO 9000:2000, Sistemas de Gestión de Calidad: Principios y vocabulario.
ISO 9001:2000, que trata sobre los requisitos de los Sistemas de Gestión de Calidad.

ISO 9004:2000, que se refieren a recomendaciones para llevar a cabo las mejoras de calidad (Monterroso, E, 2003, párr. 13)

Aplicación

La ISO 9001:2000 se puede aplicar en cualquier tipo de organización, ya sea con o sin fines de lucro, manufacturera o de servicios, grande, mediana o pequeña. (2003, párr. 15)

Las normas ISO 9000:2000 mantienen una gran importancia en el desarrollo de las empresas del mundo porque a través de sus exigencias y requisitos establecidos están logrando proporcionar al mercado productos satisfactorios para el cliente.

ISO 9001 - Norma de calidad

Gestión de la calidad o excelencia

La norma ISO 9001, es un método de trabajo, que se considera tan bueno, Que es el mejor para mejorar la calidad y satisfacción de cara al consumidor. La versión actual, es del año 2000 ISO9001:2000, que ha sido adoptada como modelo a seguir para obtener la certificación de calidad. Y es a lo que tiende, y debe de aspirar toda empresa competitiva, que quiera permanecer y sobrevivir en el exigente mercado actual.

Estos principios básicos de la gestión de la calidad, son reglas de carácter social encaminadas a mejorar la marcha y funcionamiento de una organización mediante la mejora de sus relaciones internas. Estas normas, han de combinarse con los principios técnicos para conseguir una mejora de la satisfacción del consumidor. (Fernández, H, "s.f.", párr. 1 y 2)

Norma ISO 9001:2008

La norma ISO 9001:2008 es un modelo de gestión de la calidad con un enfoque en procesos en el que juega un papel importantísimo, entre estos aspectos, la satisfacción del cliente y la mejora continua. Sus requisitos son flexibles y fácilmente adaptables a las necesidades y características de cada organización. (Castillo, Freddy, 2010, Párr. 1)

La actual norma ISO 9001:2008 es la cuarta versión y corresponde a la tercera revisión desde la primera publicación de esta norma en 1987. Esta es la norma internacional más conocida y utilizada por todo tipo de organizaciones en todo el mundo. (2010, Párr. 2)

En esta versión, "no se han eliminado ni aumentado requisitos". Tampoco se ha variado la estructura de la norma pero se ha mejorado la compatibilidad con la ISO 14001:2004, norma de requisitos de los Sistemas de Gestión Ambiental. Muchos de los cambios se encuentran como notas aclaratorias en los diferentes requisitos y se presentan a modo de orientación para la comprensión del requisito correspondiente. (2010, Párr. 3)

La norma ISO 9001:2008 es la versión consiguiente de las ISO 9000:2000 con un mayor enfoque hacia la gestión medio ambiental que hoy por hoy grandes

empresas del mundo se encuentran en procesos de adquisición o certificación con la finalidad de mejorar los procesos de producción y la satisfacción del consumidor, con el alcance de esta certificación se lograría también incrementar el nivel competitivo empresarial.

¿Porque tener un sistema de gestión de calidad?

Algunos clientes, tanto del sector público como del privado buscan la confianza que puede suministrar una organización con un sistema de gestión de la calidad eficaz.

Aunque la satisfacción de estas expectativas es una razón para tener un sistema de gestión de la calidad, existen otras razones y algunas de ellas se indican a continuación.

- ❖ Mejor desempeño y productividad de su organización
- ❖ Mayor enfoque a los objetivos de su organización y en las expectativas de sus clientes
- ❖ Logro y mantenimiento de la calidad de sus productos (incluido los servicios), para satisfacer los requisitos de sus clientes y las necesidades implícitas
- ❖ Incremento de la satisfacción del cliente
- ❖ Confianza en que la calidad prevista se logra y se mantiene
- ❖ Suministros de evidencia a los clientes y clientes potenciales de lo que su organización puede hacer por ellos
- ❖ Abrir nuevas oportunidades de mercado y mantener la participación en el mercado
- ❖ Obtener la certificación/ el registro. (Francis, Patricia, 2010, Pág. 17)

Antecedentes:

La norma ISO 9001 tiene origen en la norma BS 5750, publicada en 1979 por la entidad de normalización británica, la British Standards Institution. La versión actual de ISO 9001 (la cuarta) data de noviembre de 2008, y por ello se expresa como ISO 9001:2008. Versiones ISO 9001 hasta la fecha: (Castillo, Freddy, 2010, Párr. 5)

- ❖ Cuarta versión: la actual ISO 9001:2008 (15/11/2008)
- ❖ Tercera versión: ISO 9001:2000 (15/12/2000)
- ❖ Segunda versión: ISO 9001:94 - ISO 9002:94 - ISO 9003:94 (01/07/1994)

- ❖ Primera versión: ISO 9001:87 - ISO 9002:87 - ISO 9003:87 (15/03/1987) (2010, Párr. 6)

Con el pasar de los años las normas ISO han venido evolucionando siempre considerando las exigencias del mercado y satisfacción del consumidor al catalogarle como el principal objetivo de desarrollo empresarial, siempre y cuando se alcance la preferencia del cliente se lograría conseguir los objetivos organizacionales es por ello que las entidades deben estar al tanto de las nuevas exigencias del mercado para encaminar sus actividades en un proceso de mejora continua.

Las empresas de negocios están para hacer dinero

Damos por supuesto que este enunciado, así, sin más, ha de producir en muchos lectores una reacción de repugnancia. Cuando se habla de la empresa, son tantas las referencias al servicio al cliente, al valor agregado...o al desarrollo humano, al delegar, al liderazgo, al concejo y a la organización, que suena muy mal hablar de hacer dinero y sin embargo hemos de devolver a la empresa de negocios su sentido primigenio; la empresa de negocios esta para hacer negocio, para hacer dinero. Lo que ocurre es que debemos entretenernos un poco más en desarrollar todo lo que esta noción conlleva. (Arana, R, 1994, pág. 9)

Las empresas u organizaciones tienen un objetivo especial el cual es nutrirse de utilidades y beneficios, en si es el propósito empresarial el hacer negocio, claro está que para ello las empresas deben ofrecer el mejor trabajo y desempeño posible en la elaboración de productos o prestación de servicios, de no realizarse esto los clientes simplemente dejarán de visitar a la empresa lo que conllevará al desequilibrio financiero e inestabilidad laboral.

La gente compra “funciones” no “productos”

A la gente si le gusta que le atiendan con amabilidad; pero lo que le importa, sobre todo, es que le den fielmente aquello que él busca y aquello que le prometieron ¿pero que busca en realidad la gente? ¿Qué es lo que quiere comprar, cuando compra algo? (Arana, R, 1994, pág. 14)

La gente compra “funciones” y no “productos”; no compra un automóvil, sino todo aquello que puede hacer con el automóvil; no compra una televisión, sino espectáculo, no compra un caballo de montar, sino las cabalgadas. (1994, pág. 14)

Si tomamos el ejemplo de un cliente que adquiere un vehículo “Ferrari” nuevo, la razón es porque este vehículo le puede brindar el ego que necesita y además de ser una unidad de transporte puede quedar bien ante la sociedad, la razón es por la comodidad y confort que este le ofrece, lógicamente el precio de conseguir tal producto suntuoso será sumamente alto en comparación a otros vehículos que le podrían ofrecer funciones similares pero el cliente prefirió el “Ferrari” por su mayor satisfacción personal, he aquí un claro ejemplo de adquisición de funciones inmersas en los productos que se ofertan en el mercado.

Manejo Del Personal.- El personal es el principal elemento de la organización, dirigirlo, organizarlo, y enfocarlo a cumplir procesos y políticas empresariales es la base para encaminar a la empresa por vías de desarrollo y el responsable de esta labor apunta al departamento de talento humano quien deberá contar con personal preparado y comprometido.

Selección de personal

En la pequeña empresa es natural que al principio el empresario o dueño sea "el hombre orquesta" y esté involucrado en todas las áreas de su negocio, aunque se dedique con más ahínco a aquellos aspectos que conoce mejor: las ventas, el proceso de fabricación o algún otro.

Pero cuando el negocio empieza a crecer, deberá contar con "segundas manos" si no quiere poner en riesgo lo que ha logrado.

Los pasos que deben seguirse para realizar una selección adecuada del personal son:

1. El análisis de puestos de trabajo.
2. El reclutamiento.

3. La entrevista.

4. La contratación. (SMETOOLKIT,2002, párr. 1, 2, 3)

2.4.7. Participación en el mercado

La participación de mercado es una herramienta gerencial que permite a los directores estar al corriente de todos los por menores que se encuentran inmersos en el ámbito donde se hallan, o en el entorno donde quieren estar para su exploración e investigación.

En la participación de mercado están inmersos varios factores que son útiles para determinar una situación exacta de una empresa, en nuestra investigación el estudio de esta variable beneficiará en determinar que tan bien o mal ubicada se encuentra la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán.

Algunas de las herramientas o instrumentos con los que se puede contar para comprobar que nivel de incidencia de participación de mercado tenemos son las siguientes:

- ❖ La investigación de mercado
- ❖ Segmentación de mercado
- ❖ Estrategias genéricas de Michael Porter

2.4.8. Investigación de mercados

La investigación de mercado es un mecanismo que permite la recolección de datos objetiva y sistemática así como se lo describe a continuación.

“Una investigación de mercado es una colección objetiva y sistemática de datos, con su respectivo análisis acerca del mercado objetivo, acerca de nuestros competidores y el entorno, que nos permite incrementar el conocimiento que tenemos para tomar decisiones. (Ovadia, J, 2012, párr. 2)

Tabla 4
Tipos De Investigación De Mercados

CINCO TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	
Investigación de mercados	Como una técnica individual, investiga los mercados, averiguando quién compra qué y en qué cantidad
Investigación de Producto	Se enfoca en el producto o servicio, averiguando qué está bien y que está mal con el producto o servicio, o algún aspecto de él.
Investigación motivacional	Observa el modo en el que piensan las personas, averiguando por qué ellos compran determinados productos y qué sienten con respecto a ellos

Fuente: (Patrick Forsyth, 2012, pág. 61)
Adaptado por: Los autores

La investigación de mercado permitirá que los directores en conjunto con todos sus colaboradores prescriban estrategias de mercado y de esa forma cumplan con los objetivos empresariales planteados, sin dejar a un lado que toda la información anteriormente analizada va en beneficio del cliente, ya que es el a quien se pretende captar mediante una oferta de productos o servicios que cumplan con sus expectativas.

2.4.9. Segmentación de mercado

“Es la clasificación de los clientes en grupos que tienen características, comportamientos y necesidades similares o parecidas, con el fin de maximizar los esfuerzos de la mezcla del marketing” (Herrera, J, Prieto, E, 2009, pág. 18)

Al hablar de segmento de mercado nos referirnos a señalar entre los compradores a un grupo de personas que posean características similares o parecidas al cual se debe hacer llegar los productos o servicios que ofrece la

organización los mismos que a su vez son atractivos para ese grupo específico de consumidores y estos lo prefieren.

Según Philip Kotler y Gary Armstrong, existe tres pasos principales del marketing dirigido:

1.- Segmentación de mercado: dividir un mercado en grupos más pequeños distintos de compradores con base en sus necesidades, características o comportamiento, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing distintos. La empresa identifica las diferentes formas de segmentar el mercado y crea perfiles de los segmentos de mercado resultantes.

2.- Selección de mercados: evaluar que tan atractivo es cada segmento de mercado y seleccionar los segmentos en los que se ingresará.

3.- Posicionamiento de mercado: establecer el posicionamiento competitivo del producto y crear una mezcla de marketing detallada. (Armstrong, Kotler, P. y Gary, 2003, pág. 235)

2.4.10. Posicionamiento en el mercado

Entendemos aquí posicionamiento como, lo que quiero que el consumidor piense acerca de mi producto, es decir aquello que se constituye en la idea básica de venta; que generalmente es una afirmación o una frase.

El posicionamiento se requiere cuando hay muchas alternativas de producto y marcas, muchos anuncios publicitarios, como la competencia ataca cuando el producto entra al mercado.

El posicionamiento actúa sobre la mente para que esta jerarquice, seleccione y clasifique el concepto, desarrollo y evolución del producto o servicio y todos los elementos de información de la respectiva campaña publicitaria. (Herrera, Jorge Eliécer Prieto, 2009)

El posicionamiento en el mercado de un bien o servicio ayuda a que la empresa se mantenga en constante movimiento productivo y económico en el mercado y para ello es necesario que la organización enfatice en sus

actividades mercadológicas para hacer que la mente de los consumidores a los cuales está dirigido el producto o servicio se enteren de su existencia y jerarquicen su mente para inclinarla hacia la preferencia de estos bienes o servicios.

Existe otras definiciones de posicionamiento que aportan a la investigación y que esta afín con las variables analizadas en la misma, a continuación el siguiente contenido:

Podemos definir el posicionamiento como la percepción que los consumidores tienen de los atributos de nuestro producto en relación con los de otras marcas competidoras o los de un producto considerado como ideal. Resaltamos el hecho de que hablamos de percepción, no de realidad, la percepción se forma por la confluencia de los atributos reales más las acciones comerciales que realice una empresa.

Según Roche Cruz, la secuencia lógica de cualquier empresa cuando va a posesionar su producto debería ser:

- 1) Detectar los segmentos existentes y el lugar que ocupan los productos competidores ya establecidos en él.
- 2) Evaluar los segmentos en términos de posibilidades actuales, pero también de perspectivas futuras.
- 3) Seleccionar nuestro segmento objetivo, buscar una posición para el producto en términos de atributos relevantes y planificar la estrategia comercial adecuada que nos lleve a la posición objetivo dentro del mismo. (Gabriel Ruiz, Milagros Fuentes, 2006, pág. 74)

2.4.11. Posicionamiento del producto y la cuota de mercado

El Posicionamiento de un producto en el mercado es una estrategia muy técnica que parte de las organizaciones que se apoyan en planes de marketing muy bien formulados y sustentados.

La adopción de una táctica que proporcione posicionamiento y se obtenga a cambio de ello un mayor índice de participación o cuota de mercado se basa

principalmente de la adecuada estrategia de marketing que la empresa u organización este ejecutando y controlando.

“La cuota de mercado depende directamente de la fuerza de posicionamiento empresarial y del esfuerzo del marketing de la compañía” (Best, Roger J., 2007, pág. 209)

Atractivo de un segmento

“El propósito de un plan estratégico de mercado es proporcionar una dirección estratégica en base a la cual se pueden establecer objetivos de beneficios y una estrategia de marketing MIX. Esta etapa constituye un importante paso del proceso planificador, y requiere un cuidadoso examen del atractivo del mercado. Este paso permite que las empresas comparen el atractivo relativo de diferentes áreas, sirviéndose de varios criterios que miden su atractivo”. (Best, Roger J, 2007, pág. 147)

2.4.12. Estrategias genéricas de Michael Porter

Las estrategias genéricas de Michael Porter son un conjunto de estrategias competitivas que tienen como principal objetivo el desarrollo general de una empresa.

Estas estrategias propuestas por Michael Porter buscan obtener una ventaja competitiva para la empresa, ya sea a través del liderazgo en costos, la diferenciación o el enfoque. (Komiya, A, 2013, párr. 1)

Liderazgo en costos

De acuerdo a Michael Porter citado por Komiya, A. (2013). Señala que se debe vender a precios unitarios muy bajos, a través de una reducción en los costos, por ejemplo en la fabricación de productos estándar y en grandes volúmenes, uso de economías de escala, uso de suministros eficientes de materia prima, uso de nuevas tecnologías, controles rigurosos en costos y gastos indirectos, creación de una cultura de reducción de costos en los trabajadores, reducción de costos en funciones de ventas, marketing y publicidad. El objetivo de esta estrategia es obtener una mayor participación en el mercado y, por tanto, aumentar sus ventas;

pudiendo incluso, al tener precios más bajos que la competencia, sacar algunos competidores del mercado. (Komiya, A, 2013, párr. 3)

Diferenciación

Esta estrategia consiste principalmente en producir o vender un producto que sea único y original, difícil de imitar y q además se distinga de la competencia, por ejemplo, en el diseño del producto, en sus atributos o características, en la marca, en la calidad, en brindar un buen servicio o atención al cliente, en ofrecer servicios adicionales, en la rapidez en la entrega, etc. Esta estrategia tiene como objetivo encontrar la preferencia de los consumidores y aumentar el precio de venta.

Enfoque

Consiste en concentrar la atención en un segmento específico del mercado, es decir, concentrar los esfuerzos en producir o vender productos que satisfagan las necesidades o gustos de un determinado grupo de consumidores. (párr. 8 y 12)

2.5. IDEA A DEFENDER. (INVESTIGACIÓN CUALITATIVA)

Con el diseño de un sistema de gestión de calidad en el área de crédito se logrará la optimización de recursos y el incremento de la participación de mercado.

2.6. VARIABLES.

Variable independiente: calidad del servicio

Variable dependiente: optimización de recursos y participación de mercado.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA.

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

En el presente trabajo de investigación se empleará una exploración de índole cuantitativa y cualitativa es decir se empleará una modalidad mixta.

Investigación Cualitativa.- a través de esta investigación se busca topar ciertos aspectos como: gustos y preferencias, inconformidades, desacuerdos y mejoras de las personas que están inmersas en el sector cooperativo, de la COAC Tulcán en la provincia del Carchi.

Investigación Cuantitativa.- en la presente investigación se determinara el cálculo de la muestra a través de la población mediante el consolidado de las cuentas activas de la cooperativa Tulcán de las oficinas operativas ubicadas en el provincia del Carchi (Tulcán. Julio Andrade, Huaca, San Gabriel, y el Ángel), con esto se aplicará las diversas técnicas de levantamiento de la información.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El tipo de investigación que se adoptará para determinar el porqué de los efectos ocurridos en el desempeño de la COAC Tulcán en el sector cooperativo de la provincia del Carchi, es de índole explicativo ya que es el más idóneo y apto para la investigación en curso de tal forma que nos muestre los resultados más exactos y necesarios para el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

3.2.1. Investigación de campo.

El tema se centra en las encuestas con un listado de preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple enfocados a conocer las opiniones de los socio/clientes de COAC Tulcán y los oficiales de negocios de las oficinas operativas en la provincia del Carchi ya que esta constituye una herramienta de información cuantitativa y cualitativa.

3.2.2. Investigación documental.

Se refiere a la utilización de información existente como revistas, folletos, periódicos, libros referentes al tema de investigación. En el caso de la cooperativa Tulcán nos enfocamos a la información institucional existente.

3.2.3. Investigación exploratoria y de campo

A través de esta tipo de investigación se recolectara información mediante observación directa de hechos que se presenten en cada una de las oficinas operativas de la cooperativa Tulcán en la provincia del Carchi.

Además se emplea las técnicas de recolección de campo como la entrevista y encuesta.

3.2.4. Investigación descriptiva.-

Con esta investigación permitió determinar y describir las principales características del servicio al cliente como la atención en los productos financieros y las características de la participación del mercado como la competencia y ventajas competitivas de la misma.

3.2.5. Investigación bibliográfica

Se investigó los textos de la Universidad UPEC referentes al tema, tesis con temas relacionados a la presente investigación y demás libros e información del Internet referentes al tema de la carrera de Administración de Empresas y Marketing.

3.2.6. Métodos de Investigación

Se empleará la siguiente metodología de investigación:

Método Deductivo.- Este método se lo utilizó para poder determinar el cálculo de la muestra a través de la población de los socios clientes activos de las oficinas operativas de la cooperativa Tulcán en la provincia del Carchi.

Método Inductivo. Con la aplicación de este método se analizó el servicio al cliente que brinda la cooperativa Tulcán para luego poder determinar el posicionamiento y la participación del mercado de la misma.

Método Analítico. Este método permitió analizar las respuestas de los encuestados en donde ellos mencionaron sus opiniones referentes al servicio al cliente que brinda la cooperativa Tulcán.

Método Sistémico. Con este método se determinó el logro de una coherencia en cada una de sus etapas de la investigación.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

La población objeto de estudio se la toma en base a las cuentas de socios activos de la cooperativa Tulcán en las oficinas operativas ubicadas en la provincia del Carchi, a continuación se puede observar las cuentas activas por cada una de la agencias, así como la estratificación de la muestra para determinar las encuestas que deben ser aplicas. VER ANEXO 3

Tabla 5
Población

SOCIOS	OFICINA OPERATIVA	POBLACION	PORCENTAJE DE ESTRATIFICACION (%)	N° DE ENCUESTAS POR OFICINA OPERATIVA
20409	MATRIZ	20409	61	232
1593	J. ANDRADE	1593	5	18
1663	HUACA	1663	5	19
7601	S. GABRIEL	7601	23	86
2230	EL ANGEL	2230	7	25
TOTALES		33.496	100	380

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán
Elaborado por: Los autores

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula cuya nomenclatura es:

N: Población a investigar

n: tamaño de la muestra

Símbolo: Nivel de ocurrencia y no ocurrencia del evento = 50%

e²: el margen de error muestral = 5%

z²: Nivel de confianza = 95%

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

$$n = \frac{33496 (0.5)^2 (1.96)^2}{(33496 - 1) (0.05)^2 + (0.05)^2 (1.96)^2}$$

$$n = \frac{33496 (0.25) (3.8416)}{(33495) (0.0025) + (0.25) (3.8416)}$$

$$n = \frac{32169,5584}{83,7375 + 0.9604}$$

$$n = \frac{32169,5584}{84,6979}$$

$$n = 379,815 \text{ Elementos}$$

El número total de encuestas hacer aplicadas son 380

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla 6

Operacionalización de variables

Definición conceptual	Idea a defender	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Técnica	Fuente
La calidad del servicio es necesaria para que la organización cumpla con sus objetivos establecidos	Calidad del servicio	V.I.	Productos ofrecidos	Excelente	Calidad en los productos	Encuesta	Socio/cliente
				Muy bueno			
				Bueno			
				Regular			
				Malo			
			Cordialidad en la prestación del servicio	Siempre	Amabilidad	Encuesta	Socio/cliente
				Casi siempre			
				Frecuentemente			
				Casi nunca			
				Nunca			
			Infraestructura tangible	Totalmente en desacuerdo	Condiciones de las instalaciones en la institución	Encuesta	Socio/cliente
				En desacuerdo			
				Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
				De acuerdo			
				Totalmente de acuerdo			
			Atención al cliente	Excelente	Cordialidad en la atención	Encuesta	Socio/cliente
				Muy bueno			
				Bueno			
				Regular			
				Malo			
Agilidad en la prestación de servicios	Excelente	Agilidad de los funcionarios en la prestación del servicio	Encuesta	Socio/cliente			
	Muy bueno						
	Bueno						
	Regular						
	Malo						

Con la optimización de recursos e incremento de la participación de mercado se alcanza mayor nivel de competitividad.	Optimización de recursos e incremento de la participación de mercado.	V.D.	posicionamiento y participación de mercado	satisfacción del socio	criterio propio	Entrevista	Primaria
				participación local			
			Nivel de colocación de cartera	cartera de consumo	Cantidades colocadas	investigación	secundaria
				cartera de vivienda			
microcrédito							

Elaborado por: Los autores

3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para la investigación de campo se recolectó la información mediante las encuestas, entrevistas y observación directa a través de fichas:

Encuesta.- Se la aplicó a los socio/clientes de cada una de las oficinas operativas de la cooperativa Tulcán en la provincia del Carchi.

Entrevista.- se aplicó la entrevista a cada uno de los oficiales de crédito, así como a los jefes de agencia en cada una de las oficinas de la cooperativa Tulcán en la provincia del Carchi.

Observación Directa.- Se realizó el levantamiento de información a través de observación directa para determinar el tipo de atención al cliente en la demás cooperativas de la provincia del Carchi, estableciendo parámetros de una matriz FODA.

Interpretación y Análisis:

La interpretación y análisis de la información se empleó el sistema software estadístico SPSS, con esta herramienta se facilitó el diseño de gráficos, para una fácil interpretación de la información

3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

3.6.1. Interpretación de datos.

La presente encuesta se realiza con la finalidad de conseguir resultados sobre la calidad del servicio de la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda. En la provincia del Carchi. VER ANEXO 4

1. Señale con una X según corresponda

Tabla 7
Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	206	53,4	54,2	54,2
Válido Masculino	174	45,1	45,8	100,0
Total	380	98,4	100,0	
Perdidos Sistema	6	1,6		
Total	386	100,0		

Elaborado por: Los autores

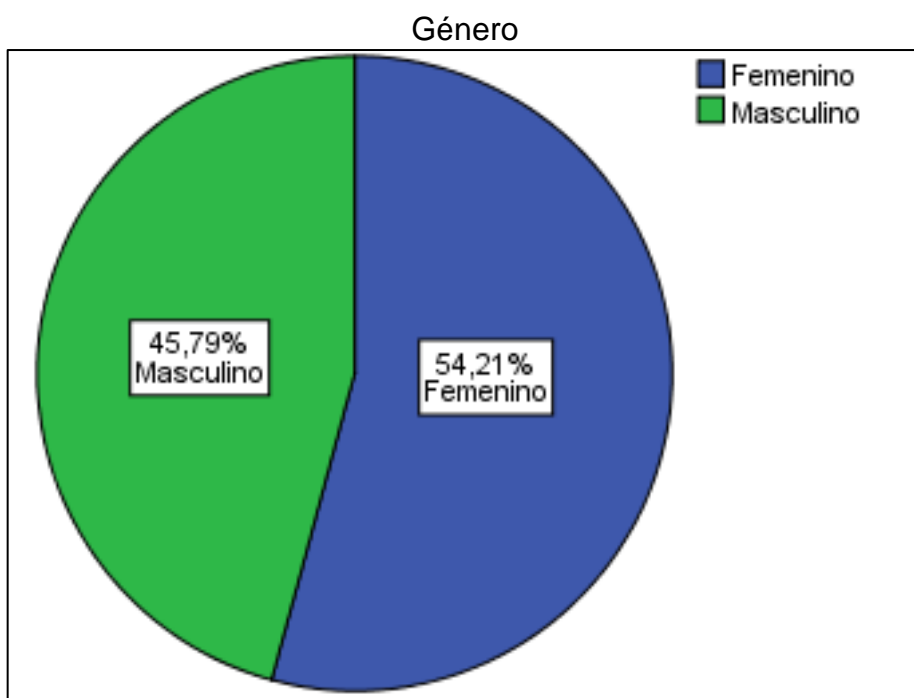


Figura 7: Género
Elaborado por: Los Autores

Considerando la figura antes realizada podemos observar que la mayor cantidad de cuenta ahorristas y encuestados pertenecen al sexo femenino por lo que se considera que la mayor cantidad del servicio se ofrece a este género mientras que el sexo masculino ocupa un porcentaje inferior.

2. Señale la razón más importante por las cuales usted decidió pertenecer a la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán. (Califique del 1 al 3)

Tabla 8

Razón más importante

C	Indicador	Prestigio	%	Facilidad Crediticia	%	Variedad de Productos	%	Años Vida Institucional	%	Confianza	%	Tradición	%	Solvencia económica	%	Calif.	%
2.1	Muy Bueno	74	54,0	77	28,6	78	50,3	36	40,4	76	61,8	8	6,5	21	61,8	9	4,4
2.2	Bueno	56	40,9	114	42,4	48	31,0	34	38,2	47	38,2	29	23,4	13	38,2	41	20,0
2.3	Regular	7	5,1	78	29,0	29	18,7	19	21,3	0	0,0	87	70,2	0	0,0	155	75,6
	total	137	100	269	100	155	100	89	100	123	100	124	100	34	100	205	100

Elaborado por: Los autores

Razón más importante

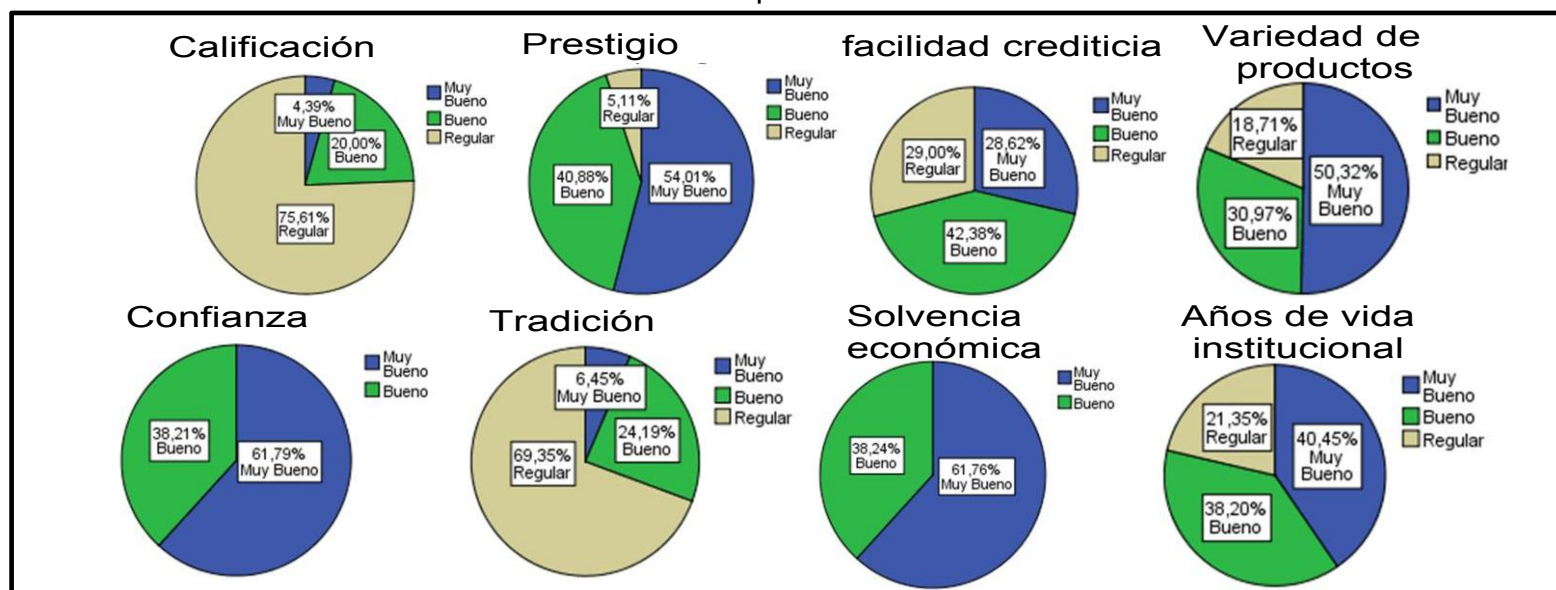


Figura 8: Razón más importante

Elaborado por: Los Autores

Existen razones fuertes por las cuales los socio/clientes decidieron pertenecer a la COAC Tulcán tales como: Prestigio, Facilidad crediticia, Solvencia económica y variedad de productos es decir que a lo largo de los años la institución ha logrado alcanzar un alto nivel de confiabilidad en el mercado de la provincia del Carchi y con ello el apoyo e incentivo por parte de los socio/clientes.

El que la institución sea apreciada por estos factores le hace mayormente competitiva en el mercado financiero de la provincia atacando así al principal competidor como lo es la Cooperativa de ahorro y crédito Pablo Muñoz Vega.

3. Señale la frecuencia con la que usted utiliza cada uno de los productos y servicios que ofrece la institución.

Tabla 9
Frecuencia de utilización de productos

C	Indicador	Crédito	%	DPF	%	Beca del Futuro	%	Activa Joven	%	Centavito Ganador	%	Plan de Capitalización	%	Cuenta de Ahorros	%	Futuro Seguro	%
3.1	Cada Año	270	71,1														
3.2	Cada 6 Meses		0,0	95	25												
3.3	Cada mes		0,0		0	36	9,5	34	8,9	32	8,4	30	7,9	352	92,63	31	8,16
3.4	Cada semana		0,0		0		0,0		0,0		0,0		0,0	13	3,42		0,00
3.5	Cada Día		0,0		0		0,0		0,0		0,0		0,0	2	0,53		0,00
3.6	Nunca	110	28,9	285	75	344	90,5	346	91,1	348	91,6	350	92,1	13	3,42	349	91,84
Totales		380	100	380	100	380	100,0	380	100,0	380	100,0	380	100,0	380	100,00	380	100,00

Elaborado por: Los autores

Frecuencia de utilización de productos

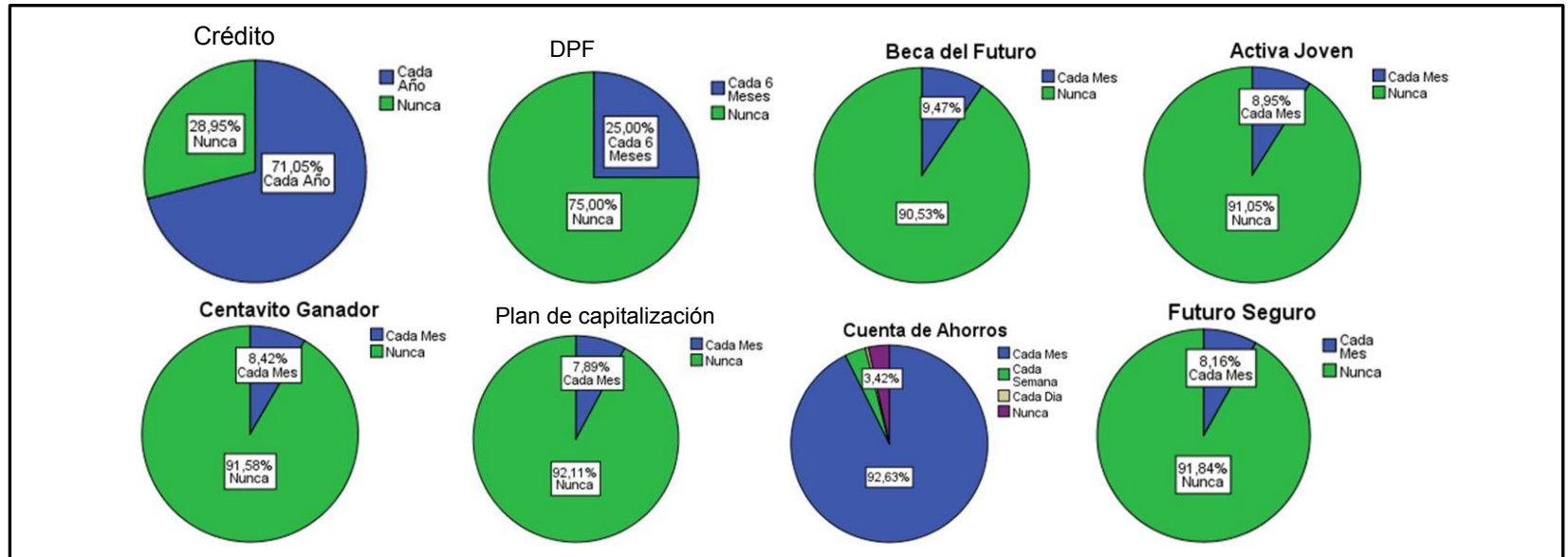


Figura 9: frecuencia de productos
Elaborado por: Los Autores

En la figura anterior podemos observar con claridad como la mayor frecuencia de visitas y utilización del producto son las cuentas de ahorro y el crédito, y esto se debe a que estos dos productos se complementan al realizar depósitos como pagos de préstamo, con esto se determina que gran parte de la ciudadanía carchense se ve respaldada por la institución en cuanto al apoyo crediticio.

Los productos de ahorro programado representan un nivel bajo de visitas o utilización y esto se debe a que los socio/clientes mantienen una frecuencia no muy alta en depósitos de ahorro futuro.

4. Cree usted que los funcionarios de la COAC Tulcán son cordiales en el momento de la prestación del servicio.

Tabla 10
Cordialidad en el servicio

C	Indicador	Crédito	%	DPF	%	Beca del Futuro	%	Activa Joven	%	Centavito Ganador	%	Plan de Capit.	%	Cuenta de Ahorros	%	Futuro Seguro	%
4.1	Siempre	119	31,3	43	11,32	5	1,3	5	1,3	1	0,3			70	18,4	30	7,9
4.2	Casi Siempre	76	20,0	48	12,63	22	5,9	10	2,7	23	6,1	30	7,9	196	51,6	1	0,3
4.3	Frecuentemente	75	19,7	4	1,05	4	1,1	12	3,2	8	2,1		0,0	79	20,8		0,0
4.4	Casi Nunca		0,0	1	0,26		0,0		0,0		0,0		0,0	22	5,8		0,0
4.5	Nunca	110	28,9	284	74,74	343	91,7	345	92,7	348	91,6	350	92,1	13	3,4	349	91,8
Totales		380	100,0	380	100,00	374	100,0	372	100,0	380	100,0	380	100,0	380	100,00	380	100,00

Elaborado por: los autores

Cordialidad en el servicio

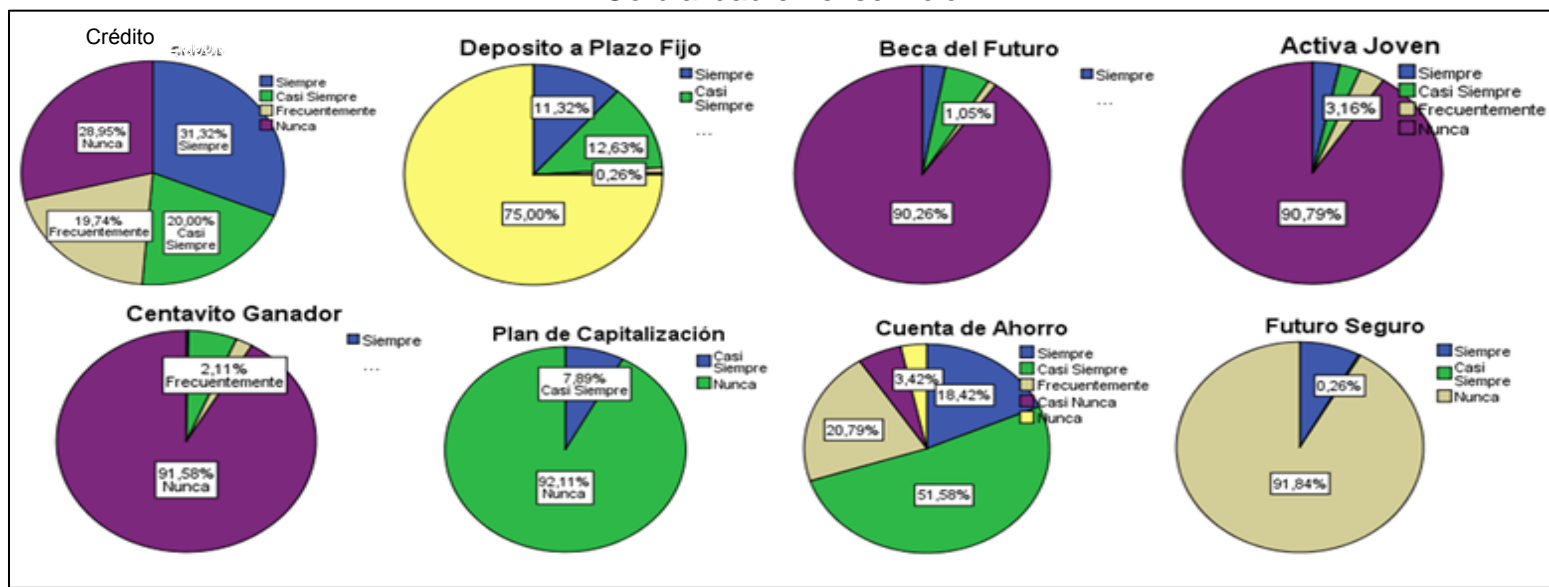


Figura 10: cordialidad del servicio
Elaborado por: Los Autores

En lo referente a cordialidad en la prestación de servicio por parte de los funcionarios se puede determinar que las respuestas de los socio/clientes no muestran un total acuerdo sino que existe inconformidad al momento de recibir el servicio por lo que se debe aplicar medidas correctivas para mejorar la calidad en este factor importante para la mejora de la calidad de la institución esto significa que las autoridades y responsables del control del personal deberán trabajar más en lo que corresponde al servicio de atención al cliente para que de esta manera puedan ofrecer una efectividad en la atención.

5. Las instalaciones de la institución son cómodas y adecuadas para prestar el servicio.

Tabla 11
Instalaciones cómodas y adecuadas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En Desacuerdo	16	4,1	4,2	4,2
Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	89	23,1	23,4	27,6
De Acuerdo	219	56,7	57,6	85,3
Totalmente De acuerdo	56	14,5	14,7	100,0
Total	380	98,4	100,0	
Perdidos Sistema	6	1,6		
Total	386	100,0		

Elaborado por: Los autores

Instalaciones cómodas y adecuadas

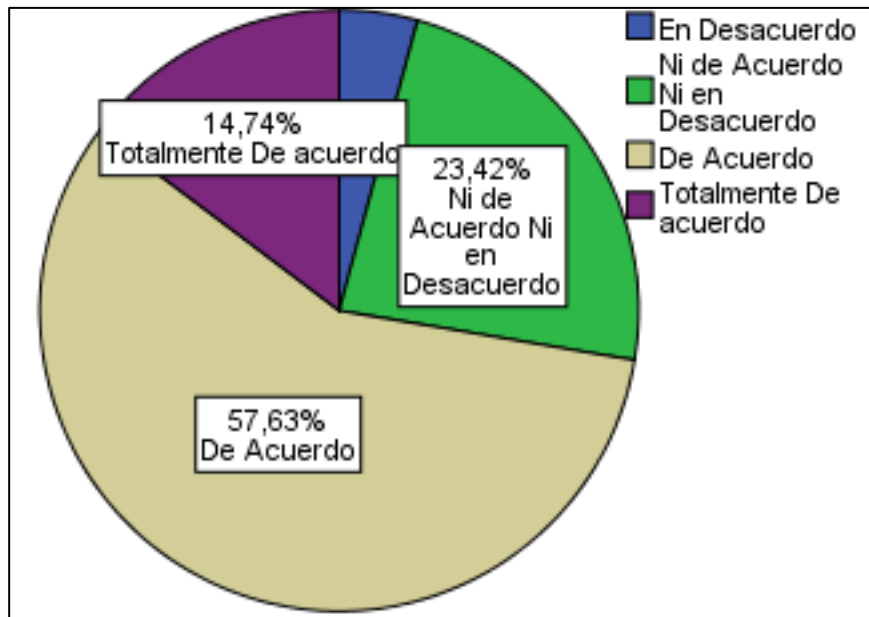


Figura 11: Instalaciones cómodas
Elaborado por: Los Autores

En lo que corresponde a las instalaciones y adecuaciones de la entidad más del 50% de los encuestados se encuentran conformes, la infraestructura de la COAC cumple con sus expectativas por lo que se debe considerar una ventaja para la prestación del servicio.

6. Según su criterio mencione que le hace falta a la institución para mejorar la calidad en la prestación del servicio.

Tabla 12
Calidad en el servicio

C	Indicador	Crédito	%	DPF	%	Beca del Futuro	%	Activa Joven	%	Centavito Ganador	%	Plan de Capitalización	%	Cuenta de Ahorros	%	Futuro Seguro	%
6.1	Agilidad	80	21,1	9	2,4	9	2,4	35	9,2	18	4,7	18	4,7	180	47,4	12	3,2
6.2	Comodidad	182	47,9	86	22,6	27	7,1		0,0	14	3,7	12	3,2	184	48,4	18	4,7
6.3	Seguridad		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0	3	0,8		0,0
6.4	Información	118	31,1	285	75,0	344	90,5	345	90,8	348	91,6	350	92,1	13	3,4	350	92,1
Totales		380	100,0	380	100,00	380	100,0	380	100,0	380	100,0	380	100,0	380	100,00	380	100,00

Elaborado por: Los autores

Calidad en el servicio

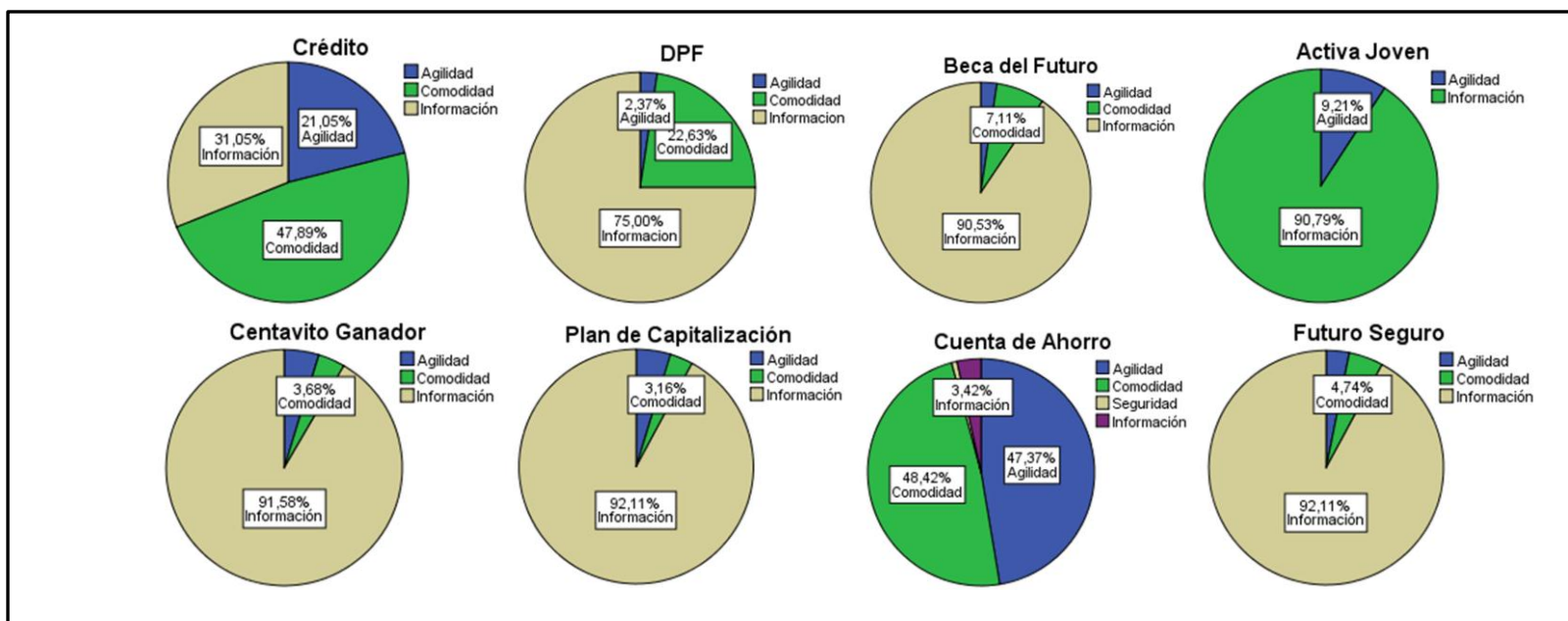


Figura 12: Calidad del servicio

Elaborado por: Los Autores

La información y agilidad en la oferta y entrega de un producto o servicio siempre será lo que la gente exija al momento de realizar un trámite. Por lo que los funcionarios de la cooperativa Tulcán deberán tomar en cuenta la efectividad en cualquier servicio ofrecido esto es lo más importante para el socio/cliente como lo demuestra el gráfico anterior.

La información es la fuente principal de oferta y venta de los productos y servicios y es por eso que las autoridades o responsables del control deben aplicar medidas correctivas para mejorar y conseguir mayor satisfacción de los socio/clientes.

7. Indique su nivel de satisfacción en cuanto al producto y servicio percibido en la COAC Tulcán siendo 5 el de mayor satisfacción y 1 el de menor.

Tabla 13
Nivel de satisfacción en el servicio

C	Indicador	Crédito	%	DPF	%	Beca del Futuro	%	Activa Joven	%	Centavito Ganador	%	Plan de Capit.	%	Cuenta de Ahorros	%	Futuro Seguro	%
7.1	1																
7.2	2	18	6,7											19	5,2		
7.3	3	71	26,3					26	74,3	1	3,1			188	51,2	10	32,3
7.4	4	152	56,3	78	82,11	36	100,0	9	25,7	31	96,9	23	76,7	132	36,0	14	45,2
7.5	5	29	10,7	17	17,89		0,0		0,0		0,0	7	23,3	28	7,6	7	22,6
Totales		270	100,0	95	100,00	36	100,0	35	100,0	32	100,0	30	100,0	367	100,00	31	100,00

Elaborado por: Los autores

Nivel de satisfacción en el servicio

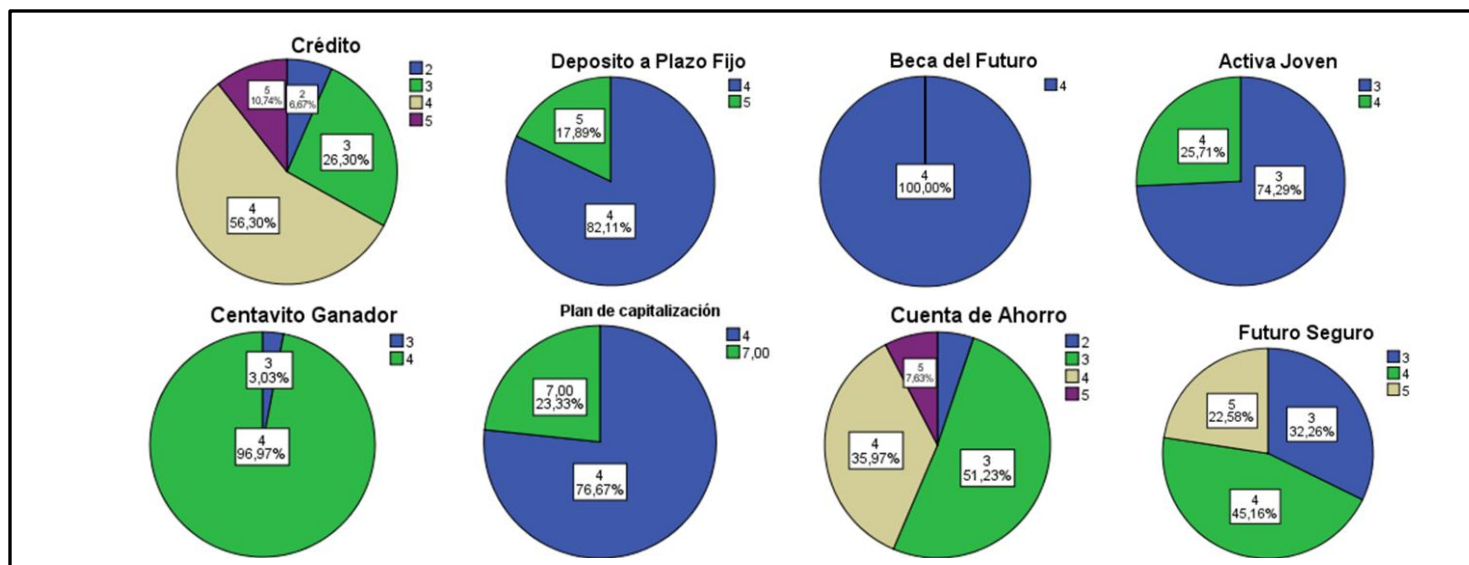


Figura 13: Satisfacción en el servicio
Elaborado por: Los Autores

Al responder los encuestados el nivel de satisfacción en un rango del 3 a 4 puntos en los servicios que ofrece la cooperativa Tulcán, significa que los socios/clientes de alguna manera se sienten satisfechos con los productos financieros que otorga la entidad, siendo fundamental para la misma mejorar y alcanzar el máximo nivel de satisfacción.

El poseer un nivel de satisfacción de 4 en el producto y servicio percibido pone en tranquilidad a la institución pero por motivos de competitividad se exige la mejora continua.

8. Qué tipo de crédito cree usted que la COAC Tulcán debería ofrecer.

Tabla 14

Tipo de Crédito que debería Ofrecer la COAC Tulcán

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Crédito Estudiantil	72	17,4	18,9	18,9
Crédito Comunal	250	60,4	65,8	84,7
Crédito Comercial	40	9,7	10,5	95,3
Crédito de Farmacias	18	4,3	4,7	100,0
Total	380	91,8	100,0	
Perdidos Sistema	34	8,2		
Total	414	100,0		

Elaborado por: Los autores

Tipo de crédito que debería ofrecer la COAC Tulcán

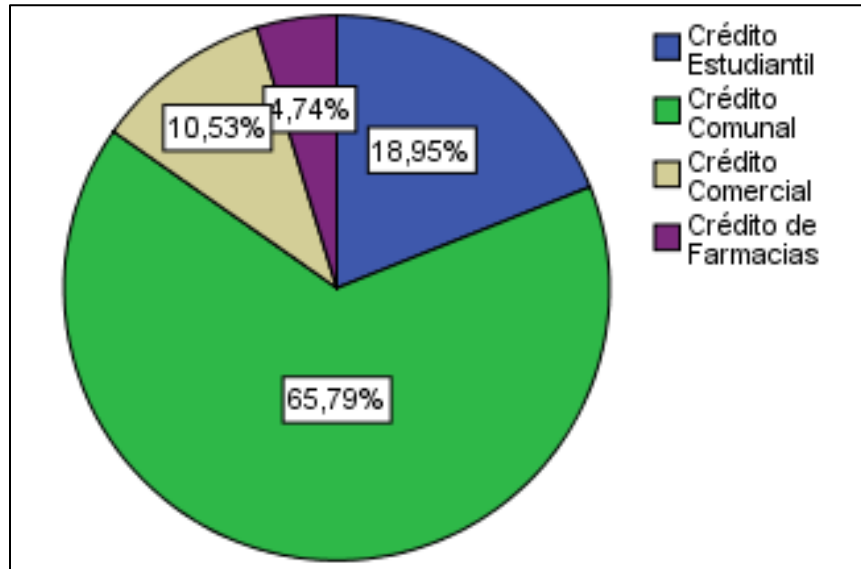


Figura 14: Tipo de crédito
Elaborado por: Los Autores

El 65,79% de los encuestados sugiere que se debe de crear el crédito comunal, el mismo que serviría a personas que habitan en la parte rural de la ciudad de Tulcán y de la provincia del Carchi, un segundo crédito que sugieren los encuestados es el crédito estudiantil con un 18,95% debido a que en algunas universidades de nuestra localidad exigen a los estudiantes ciertos gastos los cuales crean dificultad para aquellos padres de familia que en algunas ocasiones no tienen donde solicitar dicho dinero.

9. Cree usted que la COAC Tulcán debería crear un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio.

Tabla 15

La cooperativa debe Crear un SGC para mejorar su servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	361	87,2	95,0	95,0
	No	19	4,6	5,0	100,0
	Total	380	91,8	100,0	
Perdidos	Sistema	34	8,2		
	Total	414	100,0		

Elaborado por: Los autores

LA COOPERATIVA DEBE CREAR UN SGC PARA MEJORAR SU SERVICIO

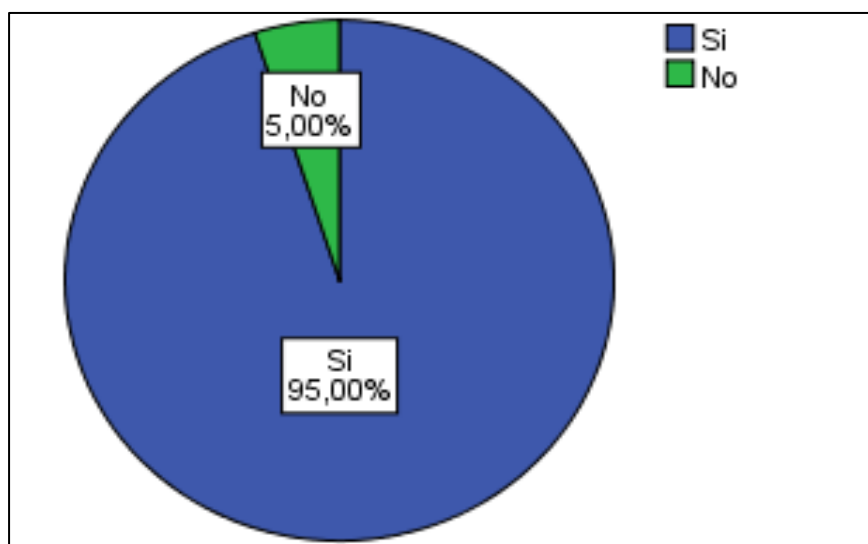


Figura 15: Creación de un sistema de gestión de calidad
Elaborado por: Los Autores

El 97,11% de los encuestados respondieron que es necesario crear para la cooperativa un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio, lo que hace posible que esta entidad empiece a trabajar en este aspecto en el cual le ayudaría a todo el personal a mejorar su desempeño laboral y por ende al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

10. Cree usted que existe disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio

Tabla 16

Disposición y voluntad de los empleados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	152	39,4	40,0	40,0
	Rara Vez	220	57,0	57,9	97,9
	Nunca	8	2,1	2,1	100,0
	Total	380	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	6	1,6		
Total		386	100,0		

Elaborado por: Los autores

Disposición y voluntad de los empleados

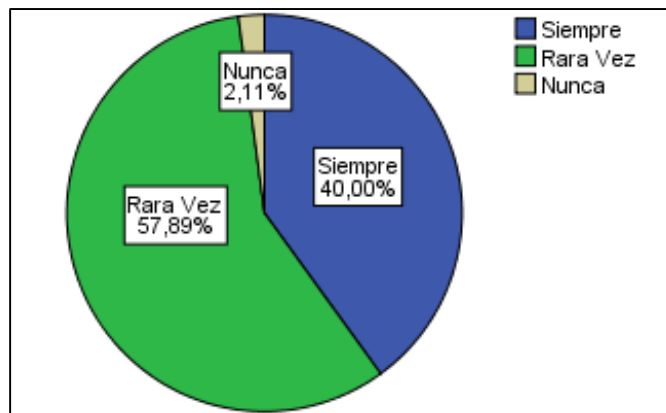


Figura 16: Disposición y voluntad de los empleados

Elaborado por: Los Autores

El 32.11% de los encuestados respondieron que los empleados de la cooperativa Tulcán siempre tienen disposición y voluntad para ayudar al cliente, mientras que el 66,56% de los mismos manifiestan que rara vez la tienen, esto se debe de que en algunas ocasiones en especial en los productos financieros como los créditos los socios/clientes no disponen de la documentación exigida por la cooperativa para realizar el respectivo tramite lo que le dificulta al empleado poderle ayudar.

11. ¿Usted como socio de COAC Tulcán se siente seguro de la calidad de producto y servicio que adquiere?

Tabla 17
Seguridad de la calidad del producto y servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	195	47,1	51,3	51,3
	Rara Vez	180	43,5	47,4	98,7
	Nunca	5	1,2	1,3	100,0
	Total	380	91,8	100,0	
Perdidos	Sistema	34	8,2		
	Total	414	100,0		

Elaborado por: Los autores

Seguridad de la calidad del producto y servicio

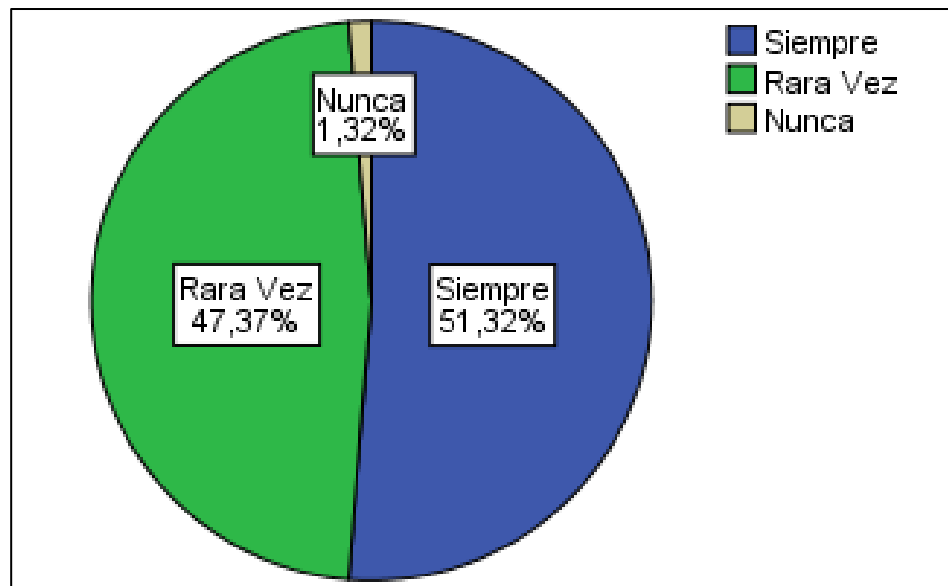


Figura 17: Seguridad en la calidad del servicio

Elaborado por: Los Autores

Cerca del 82% de los encuestados responden que se sienten seguro en la calidad del producto y servicio que adquiere en la entidad, lo que hace que la cooperativa Tulcán genere una credibilidad y confiabilidad en sus socios/clientes al momento de otorgar los productos financieros.

12. Usted cree que el servicio ofrecido en COAC Tulcán es:

Tabla 18

Servicio ofrecido de la COAC Tulcán

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mejor que sus Competidores	70	16,9	18,4	18,4
	Igual que sus Competidores	261	63,0	68,7	87,1
	Inferior que sus Competidores	49	11,8	12,9	100,0
	Total	380	91,8	100,0	
Perdidos	Sistema	34	8,2		
Total		414	100,0		

Elaborado por: Los autores

Servicio ofrecido de la COAC Tulcán

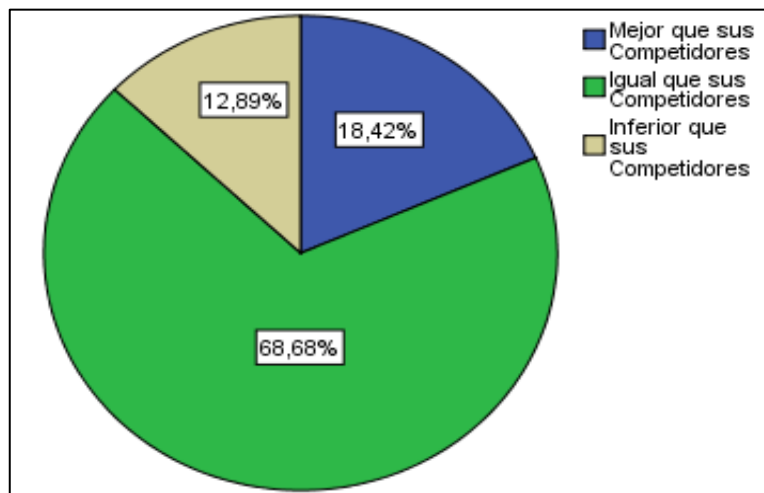


Figura 18: Servicio ofrecido
Elaborado por: Los Autores

Debido a la variedad de productos financieros que ofrece la cooperativa, más del 50% de los encuestados respondieron que los mismos son mejores que lo de los competidores, lo que de alguna manera hace que la entidad financiera tenga un buen posicionamiento en el mercado de la provincia del Carchi y con ello más acogida y preferencia por parte de los socio/clientes.

3.6.2. Participación de mercado

Análisis participación de mercado

En el presente tema de investigación está inmerso también el estudio de la participación de mercado de la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda. Por lo que se ha mirado importante la obtención de datos exactos que permitan tener un claro entendimiento y expectativa de la realidad del mercado Carchense en base a la cartera de colocaciones en dólares, para ello fue importante investigar a través de la página de la superintendencia de economía popular y solidaria (SEPS) donde se puede observar a través de la transparencia de la información cual es el porcentaje de participación de mercado asignado a cada una de las cooperativas financieras reguladas por este organismo de control.

A continuación se muestran las diferentes figuras creadas en base a cada una de las carteras de colocaciones de las cooperativas financieras en provincia del Carchi.

INVESTIGACIÓN

PARTICIPACION DE MERCADO DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS POR CARTERA COMERCIAL

Tabla 19
Participación de mercado de las instituciones financieras por cartera comercial

	Frecuencia	Porcentaje	Cantidad en dólares	Porcentaje acumulado
COOP.TULCÀN TOTAL	1	100,0	23.532,26	100,0

Elaborado por: Los autores

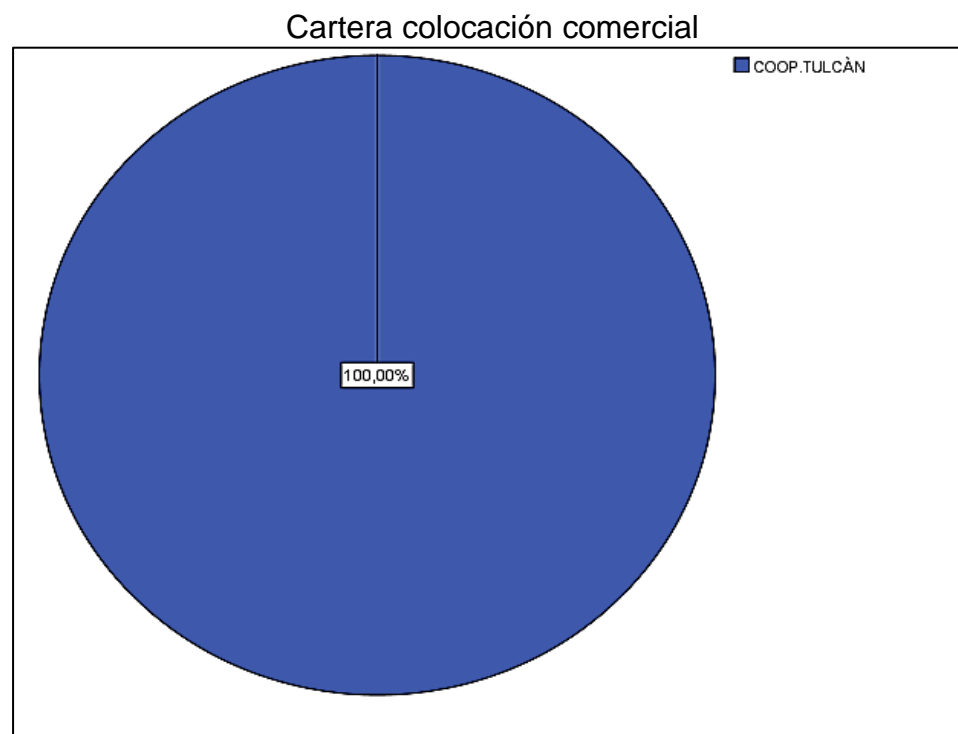


Figura 19: participación de mercado

Fuente: SEPS (2013). *Captaciones y colocaciones segmento4*. Recopilado de:

<http://www.seps.gob.ec/web/guest/captaciones-y-colocaciones-segmento-4>

Elaborado por: Los autores

En la provincia del Carchi la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán es la única institución que posee una cartera comercial por lo que se puede observar un

porcentaje de 100% en colocación sin poseer competidor alguno en cuanto a este producto ofrecido.

**PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS
POR CARTERA DE VIVIENDA**

Tabla 20
Participación de mercado de las instituciones financieras por cartera de vivienda

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COOP. P.MUÑOZ VEGA BOLIVAR	29697,08	,3	,3
COOP. 29 DE OCTUBRE ESPEJO	713861,62	7,4	7,6
COOP. MUÑOZ VEGA MIRA	95525,33	1,1	8,7
COOP. CODESARROLLO	439070,44	4,5	13,2
COOP. MUÑOZ VEGA MONTUFAR	106211,33	1,1	14,2
COOP. TULCAN MONTUFAR	1369354,35	14,2	28,4
COOP. TULCAN HUACA	66653,86	,8	29,2
COOP. 29 DE OCTUBRE TULCAN	588300,82	6,1	35,3
COOP. P. MUÑOZ VEGA TULCAN	1268311,63	13,2	48,4
COOP. TULCAN MATRIZ TULCAN	5041173,59	51,6	100,0
Total	9718160,07	100,0	

Elaborado por: Los autores

Cartera colocación Vivienda

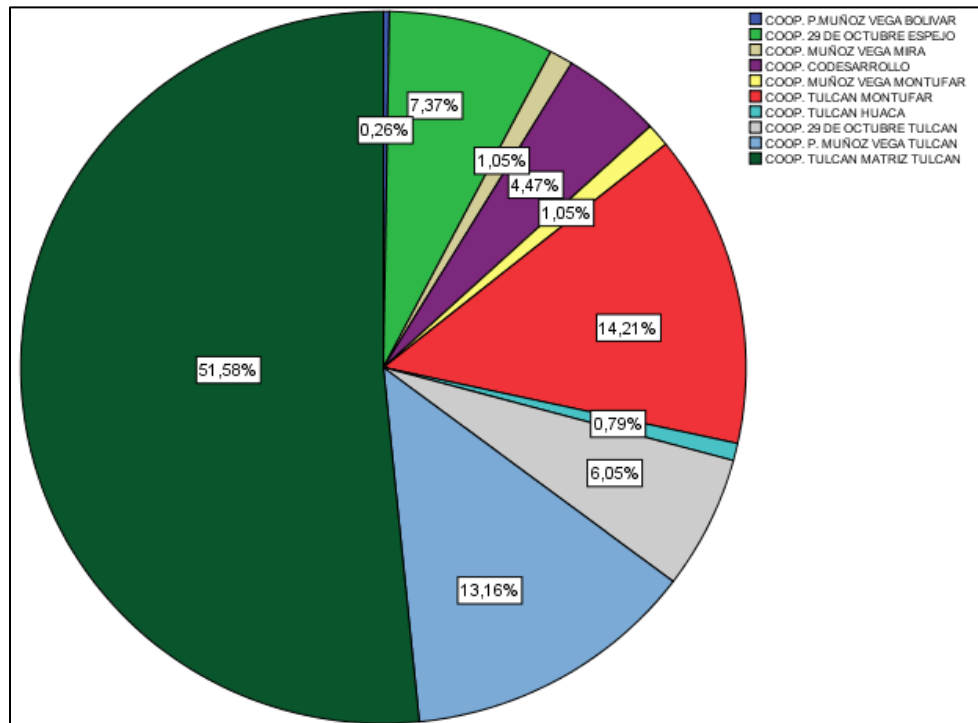


Figura 20: Cartera de colocación de vivienda

Fuente: SEPS (2013). *Captaciones y colocaciones segmento4*. Recopilado de: <http://www.seps.gob.ec/web/guest/captaciones-y-colocaciones-segmen-to-4>

Elaborado por: Los autores

El crédito de vivienda es uno de los productos que mayor exigencia y demanda posee en el mercado financiero tomando en consideración la facilidad de adquisición de vivienda.

COAC Tulcán es la institución que mayor cantidad en dólares tiene colocado en la provincia del Carchi considerando el producto crediticio para vivienda seguida por cooperativa de ahorro y crédito 29 de Octubre, esto nos da entender claramente que los competidores no se encuentran en un nivel competitivo adecuado para COAC Tulcán en base a esta cartera financiera, y además comprendemos la baja oferta de cada uno de los competidores.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LAS INSTICTUCIONES FINANCIERAS
POR CARTERA DE CONSUMO

Tabla 21

Participación de mercado de las instituciones financieras por cartera de consumo

	Cantidad en Miles de Dólares	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COOP. P.MUÑOZ VEGA BOLIVA	2.274.510,14	4,2	4,2
COOP. 29 DE OCTUBRE ESPEJO	406.996,48	,8	5,0
COOP. MUÑOZ VEGA MIRA	3.571.669,11	6,6	11,6
COOP. CODESARROLLO	828.577,86	1,6	13,2
COOP. MUÑOZ VEGA MONTUFAR	5.194.947,74	9,7	22,9
COOP. TULCAN MONTUFAR	7.472.299,35	13,9	36,8
COOP. TULCAN HUACA	1.733.354,64	3,2	40,0
COOP. 29 DE OCTUBRE TULCÁN	3.391.214,41	6,1	46,1
COOP. P. MUÑOZ VEGA TULCÁN	14.207.367,55	26,3	72,4
COOP. TULCAN MATRIZ TULCÁN	14.744.501,06	27,6	100,0
TOTAL		100,0	

Elaborado por: Los autores

Cartera colocación consumo

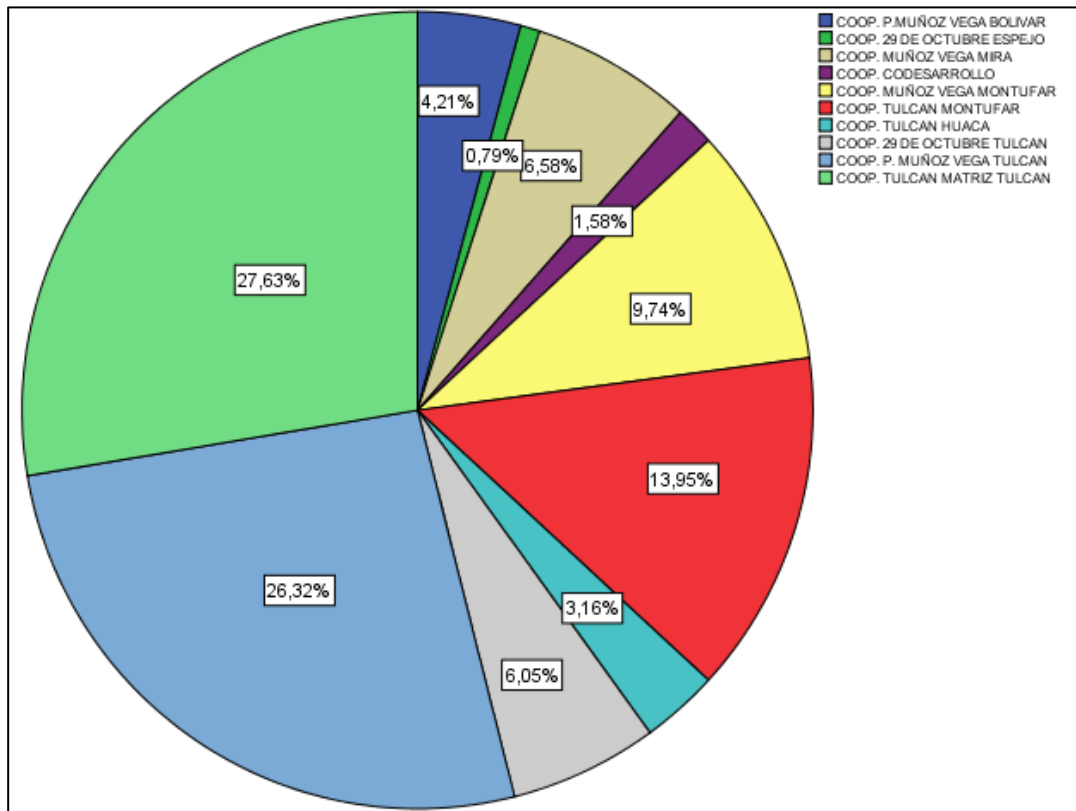


Figura 21: Cartera de colocación de consumo

Fuente: SEPS (2013). *Captaciones y colocaciones segmento4*. Recopilado de: <http://www.seps.gob.ec/web/guest/captaciones-y-colocaciones-segmento-4>

Elaborado por: Los autores

Existe una mínima diferencia porcentual en esta cartera de colocación si consideramos los principales competidores como lo son COAC Tulcán y Coop. Pablo Muñoz V. lo que significa que este producto es uno de los más codiciados en el mercado financiero de la provincia.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LAS INSTICTIONS FINANCIERAS
POR CARTERA DE MICROEMPRESA

Tabla 22
Participación de mercado de las instituciones financieras por cartera de microempresa

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COOP. P.MUÑOZ VEGA BOLIVAR	1.787.927,23	3,4	3,4
COOP. 29 DE OCTUBRE ESPEJO	2.097.959,77	5,0	8,4
COOP. MUÑOZ VEGA MIRA	3.084.883,43	4,7	13,2
COOP. CODESARROLLO	3.636.951,03	6,8	20,0
COOP. MUÑOZ VEGA MONTUFAR	4.116.177,40	7,9	27,9
COOP. TULCAN MONTUFAR	7.631.528,11	14,5	42,4
COOP. TULCAN HUACA	1.892.896,29	3,7	46,1
COOP. 29 DE OCTUBRE TULCAN	2.901.629,69	5,5	51,6
COOP. P. MUÑOZ VEGA TULCAN	14.837.904,41	27,9	79,5
COOP. TULCAN MATRIZ TULCAN	11.059.236,39	20,5	100,0
Total		100,0	

Elaborado por: Los autores

Cartera colocación Microempresa

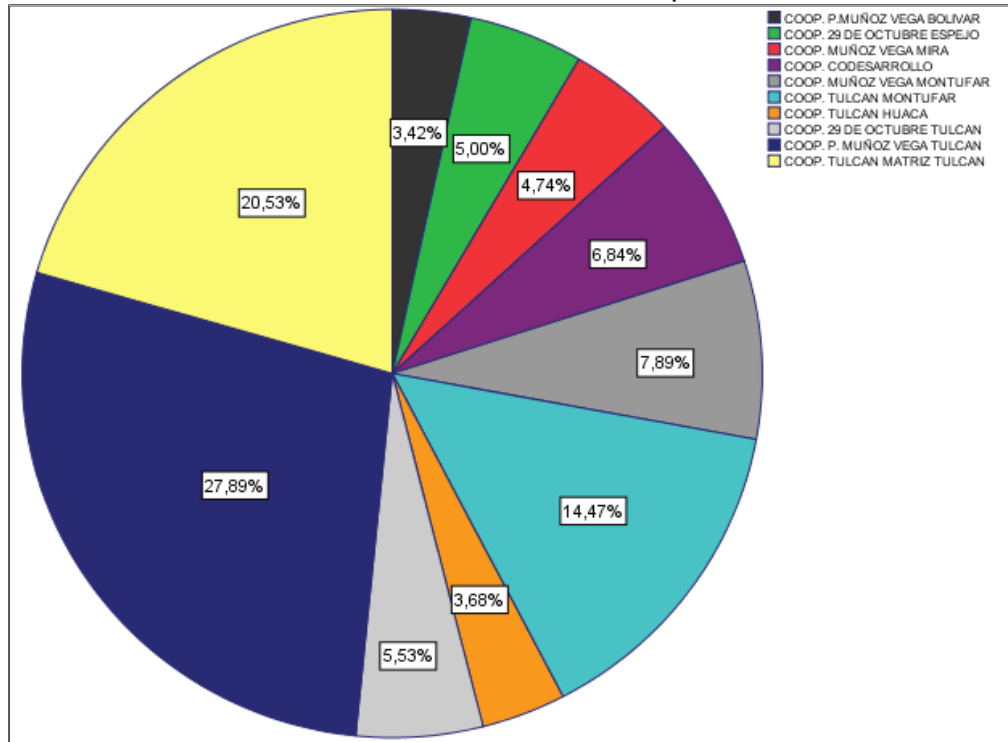


Figura 22: Cartera de colocación microempresa

Fuente: SEPS (2013). *Captaciones y colocaciones segmento4*. Recopilado de: <http://www.seps.gob.ec/web/guest/captaciones-y-colocaciones-segmento-4>

Elaborado por: Los autores

Existe similar competitividad entre las cooperativas Tulcán y Pablo Muñoz V. en cuanto esta cartera de colocación considerando que el nivel de competencia de las demás cooperativas no supera el 7% de participación en el mercado por lo que se puede determinar la preferencia de los socios hacia estas cooperativas financieras.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR TOTAL DE CARTERA

Tabla 23

Participación de mercado por total de cartera

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COOP.TULCÀN	51.034.529,92	45,3	45,3
COOP. PABLO	46.458.954,98	41,3	86,6
COOP.29 DE	10.099.962,79	8,9	95,5
OTRAS	4.904.599,33	4,5	100,0
Total		100,0	
Total	1000		

Elaborado por: Los autores

Participación de mercado

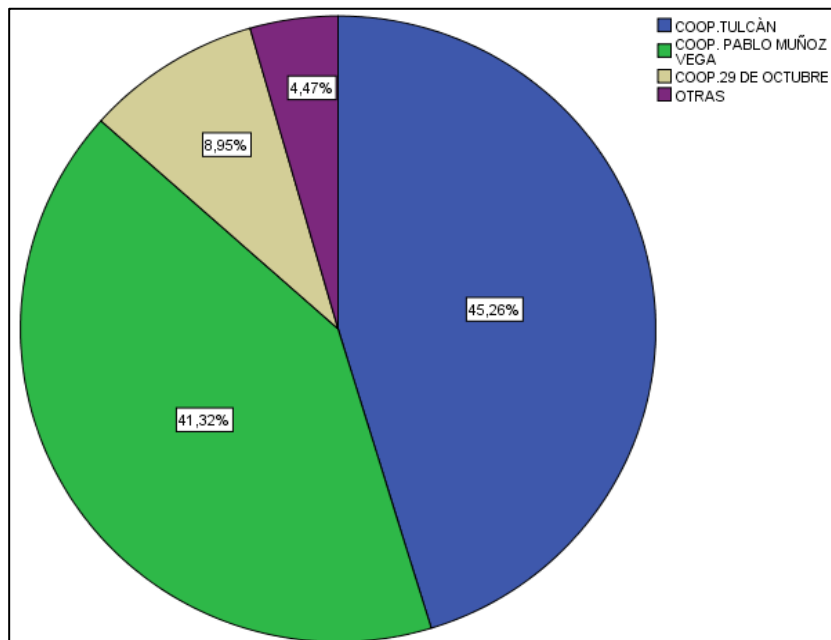


Figura 23: Participación de mercado

Fuente: SEPS (2013). *Captaciones y colocaciones segmento4.*

Recopilado de: <http://www.seps.gob.ec/web/guest/captaciones-y-colocaciones-segmento-4>

Elaborado por: Los autores

La cooperativa con mayor participación en el mercado es la COAC Tulcán seguido con una mínima diferencia de Coop. Pablo Muñoz V. lo que significa que cada uno de estos principales competidores debe enmarcarse en un sistema de mejoramiento continuo o alternativas de mejora para ganar mayor competitividad en el mercado y no decaer en las carteras de colocación.

3.6.3. Cooperativas financieras del segmento 3 en la provincia del Carchi

El sector cooperativo del Ecuador está compuesto por instituciones financieras de gran escala y años de tradición y experiencia, así como las de reciente formación jurídica, la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria), clasifica a las cooperativas por segmentos, en el segmento 4 se encuentran las instituciones financieras que son controladas, en este segmento tenemos a la COAC Tulcán, institución objeto de estudio del presente trabajo, Cooperativa de Ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega y Cooperativa 29 de Octubre,

En el segmento 3 se encuentran las cooperativas financieras que no llevan un control riguroso de la SEPS, estas cooperativas cumplen la misma función que aquellas cooperativas pertenecientes al segmento 4 pero no se controlan de la misma manera considerando el no cumplimiento de los requisitos establecidos por los organismos de control, sin embargo se logra determinar el nivel de colocación en dólares en el país, mas no por provincia y es así como lo establece la SEPS en su página web <http://www.seps.gob.ec/web/guest/sector-cooperativo>.

Para obtener un punto de referencia en base al nivel de colocación financiera en la provincia del Carchi se consideró los datos proporcionados en la página web y se procedió a la realización de un promedio considerando las 83 oficinas de cooperativas del segmento 3 para multiplicar por la cantidad de oficinas cooperativas de la provincia del Carchi. VER ANEXO 17, 18 y 19

3.6.4 Matriz de análisis FODA

Para la elaboración de una matriz FODA se procedió a la realización de una ficha de observación para lograr conseguir datos importantes que permitan una mejor elaboración de esta matriz. (VER ANEXO 5) y con estos resultados se procedió a la realización de estrategias mediante el cruce FO, DO, FA, DA. (VER ANEXO 21)

A continuación se presenta la ficha de observación empleada para el levantamiento de información.

Tabla 24
 Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN CIUDAD VISITA N°:								
SECTOR				FECHA DE INICIO				
OBSERVADORES:				FECHA DE FINALIZACIÓN:				
ITEM	PONDERACIÓN							
	Puntuación COAC Tulcán	Puntuación Pablo Muñoz	Puntuación 29 de Octubre	Puntuación Pilahuin Tío	Puntuación Esencia Indígena	Puntuación Imbabura Pak	Puntuación San Gabriel	Puntuación Padre Vicente
FORTALEZAS								
Agilidad								
Cordialidad y amabilidad								
Presencia								
Tecnología								
Comodidad								
Seguridad								
DEBILIDADES								
Procesos Burocráticos								
Perfil del Trabajador								
Impulsadora de Productos								
Capacitación del Personal								

Señalética								
AMENAZAS								
Falta de Segmentación de Mercado								
Inflación								
Lavado de Dinero								
Cambio de Moneda								
OPORTUNIDADES								
Crecimiento de Mercado								
Nueva Ley de Economía popular y Solidaria								
Posicionamiento								
Alianzas Estratégicas								

Elaborado por: Los autores

A través de la matriz FODA se analizará factores internos (Fortalezas, Debilidades) y externos (Oportunidades y Amenazas), determinadas a través de observación directa de las instituciones financieras mediante ficha de observación.

Las fortalezas son características favorables, internas de cada institución que permiten el mejoramiento de la institución.

Las debilidades son diferencias o inconsistencias que cada institución no logra corregir y que le ocasiona malestares al momento de realizar la prestación del servicio.

Las amenazas son circunstancias de índole general como pueden ser: catástrofes naturales, normativas de organismos de control o políticas de estado que afecten al giro de negocio de cada institución.

Las oportunidades proceden del mismo ámbito general y cada institución financiera debe ser muy hábil para obtener una ventaja competitiva y sacar el mayor provecho, de tal manera que le permita estar a la vanguardia en el sector financiero.

Para el análisis de la matriz FODA se ha visto necesario realizarlos conjuntamente con una matriz de evaluación de factores internos y externos de tal manera que se vea reflejado cuál de ellos es el que tiene mayor incidencia a nivel comparativa de la cooperativa Tulcán en base a sus competidores.

Tabla 25
Fortalezas

Factores determinantes	Peso específico	Pond. Coop Tulcan Matriz	Coop Tulcán	Pond. Coop P. Muñoz Vega Tulcán	Coop Pablo Muñoz	Pond. Coop 29 de Oct Tulcán	Coop 29 de Oct	Pond. Coop Tulcán Huaca	Coop Tulcán Hua	Pond. Coop Tulcán Montufar	Coop Tulcán Montu	Pond. Coop Pablo Vega Montufar	Coop Pablo Muñoz Montu	Pond. Coop Pablo Muñoz Mira	Coop Pablo Muñoz Mira	Pond. Coop 29 de Octu Espejo	Coop 29 Octu Espejo	Pond. Coop Pablo Muñoz Bolívar	Coop Pablo Muñoz Bolívar	Pond. Otras Cooperativas	Otras Cooperativas
Agilidad	20%	1,4	7	1,6	8	1,4	7	1,4	7	1,6	8	1,4	7	1,6	8	1,4	7	1,8	9	1,6	8
Cordialidad y amabilidad	15%	0,9	6	1,2	8	0,9	6	1,2	8	1,2	8	1,05	7	1,35	9	1,35	9	1,2	8	1,05	7
Presencia	15%	1,2	8	1,35	9	1,2	8	1,2	8	1,2	8	1,05	7	1,2	8	1,2	8	1,2	8	1,2	8
Tecnología	15%	1,2	8	1,35	9	1,05	7	1,2	8	1,05	7	1,2	8	1,05	7	0,9	6	1,05	7	1,2	8
Comodidad	13%	1,0	8	1,17	9	0,91	7	1,04	8	1,04	8	0,91	7	1,04	8	0,91	7	1,04	8	1,04	8
Seguridad	22%	1,8	8	1,98	9	1,54	7	1,54	7	1,76	8	1,76	8	1,76	8	1,76	8	1,76	8	1,76	8
Total Fortalezas	100	7,5	45	8,65	52	7	42	7,58		7,85	47	7,37		8	48	7,52	45	8,05	48	7,85	47
Total Fortalezas		75%		86,50%		70%		75,80%		78,50%		73,70%		80%		75,20%		80,50%		78,50%	

Fuente: Investigación
Elaborado por: Los autores

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, la institución financiera que está más fortalecida a nivel provincial en cuanto se refiere a las cooperativas y sus diferentes agencias o sucursales es la cooperativa de ahorro y crédito Pablo Muñoz Vega Oficina Tulcán, con el indicador de 86,5%, siendo sus principales fortalezas: seguridad y comodidad. En cambio la institución objeto de estudio, posee una calificación del 75%, en cuanto a la oficina matriz mientras que la oficina de Montufar (San Gabriel) posee un indicador más elevado que el de la misma matriz, esto se debe a que las oficinas están un plan de mejora continua, en cuanto se refiere a la imagen institucional.

Tabla 26
Debilidades

Factores determinantes	Peso específico	Pond. Coop Tulcan Matriz	Coop Tulcán	Pond. Coop P. Muñoz Vega Tulcán	Coop Pablo Muñoz	Pond. Coop 29 de Oct Tulcán	Coop 29 de Oct	Pond. Coop Tulcán Huaca	Coop Tulcán Hua	Pond. Coop Tulcán Montufar	Coop Tulcán Montu	Pond. Coop Pablo Vega Montufar	Coop Pablo Muñoz Montu	Pond. Coop Pablo Muñoz Mira	Coop Pablo Muñoz Mira	Pond. Coop 29 de Octu Espejo	Coop 29 de Octu Espejo	Pond. Coop Pablo Muñoz Bolivar	Coop Pablo Muñoz Bolivar	Pond. Otras Cooperativas	Otras Cooperativas
Procesos burocráticos	25%	2,0	8	1,75	7	2	8	2	8	2	8	1,75	7	1,75	7	2	8	1,75	7	1,75	7
Perfil del trabajador	20%	1,4	7	1,2	6	1,4	7	1,2	6	1,4	7	1,4	7	1,2	6	1,2	6	1,4	7	1,4	7
Impulsadora de Productos	15%	0,5	3	1,35	9	1,35	9	0,6	4	0,6	4	1,35	9	1,35	9	1,2	8	1,35	9	1,35	9
Personal Capacitado	20%	1,2	6	1	5	1,4	7	1,2	6	1	5	1,2	6	1,2	6	1,4	7	1,4	7	1,2	6
Señalética	20%	1,0	5	1,2	6	1,6	8	0,8	4	1	5	1,4	7	1,4	7	1,6	8	1,8	9	1,6	8
Total Debilidades	100	6,1	29	6,5	33	7,75	39	5,8	28	6	29	7,1	36	6,9	35	7,4	37	7,7	39	7,3	37
Total Debilidades		61%		65,00%		78%		58,00%		60,00%		71,00%		69%		74,00%		77,00%		73,00%	

Fuente: Investigación
Elaborado por: Los autores

La entidad financiera que presenta una mayor calificación con respecto a las debilidades es la cooperativa de ahorro y crédito 29 de octubre con una puntuación de 78%, así como la oficina de la cooperativa Pablo Muñoz Vega en Bolívar con un 77% siendo una de las principales debilidades la señalética e impulsadora de productos.

Considerando la calificación de la coop Tulcán oficina matriz, se puede observar que su debilidad se encuentra en los procesos burocráticos y el perfil de los trabajadores, mismas que se asemejan a las características de sus competidores locales, lo que significa que las debilidades es una constante del sector cooperativo, de la provincia del Carchi.

Tabla 27
Amenazas

Factores determinantes	Peso específico	Pond. Coop Tulcan Matriz	Coop Tulcán	Pond. Coop P. Muñoz Vega Tulcán	Coop Pablo Muñoz	Pond. Coop 29 de Oct Tulcán	Coop 29 de Oct	Pond. Coop Tulcán Huaca	Coop Tulcán Hua	Pond. Coop Tulcán Montufar	Coop Tulcán Montu	Pond. Coop Pablo Vega Montufar	Coop Pablo Muñoz Montu	Pond. Coop Pablo Muñoz Mira	Coop Pablo Muñoz Mira	Pond. Coop 29 de Octu Espejo	Coop 29 Octu Espejo	Pond. Coop Pablo Muñoz Bolivar	Coop Pablo Muñoz Bolivar	Pond. Otras Cooperativas	Otras Cooperativas
Segmentación de mercado	40%	2,8	7	3,2	8	2,8	7	2,8	7	2,8	7	3,2	8	3,2	8	3,2	8	3,2	8	3,6	9
Inflación	25%	1,8	7	1,5	6	1,5	6	1,75	7	1,75	7	1,5	6	1,5	6	1,5	6	1,75	7	1,75	7
Lavado de dinero	20%	1,2	6	1,2	6	1,6	8	1	5	1	5	1,4	7	1,4	7	1,4	7	1	5	1,4	7
Cambio de moneda	15%	0,9	6	0,75	5	0,75	5	1,05	7	1,05	7	1,05	7	0,75	5	1,2	8	0,9	6	1,05	7
Total Amenazas	100	6,7	26	6,65	25	6,65	26	6,6	26	6,6	26	7,15	28	6,85	26	7,3	29	6,85	26	7,8	30
Total Amenazas		67%		66,50%		67%		66,00%		66,00%		71,50%		69%		73,00%		68,50%		78,00%	

Fuente: Investigación
Elaborado por: Los autores

Con respecto a las amenazas se puede mencionar que la coop. Pablo Muñoz Vega, Coop. Tulcán tiene un margen menor de 66 al 67 %, que en comparación a sus competidores, es un nivel aceptable y controlable.

En este punto de factores externos se puede evidenciar que el sector cooperativo enfrenta un elemento más complejo y dificultoso de entender y atender, este es la segmentación de mercado.

Las instituciones financieras a través de investigaciones de mercado logran determinar las necesidades de la población, es ahí donde una eficiente segmentación de mercado por parte de las cooperativas de ahorro y crédito es clave para obtener una ventaja competitiva.

Tabla 28
Oportunidades

Factores determinantes	Peso específico	Pond. Coop Tulcan Matriz	Coop Tulcán	Pond. Coop P. Muñoz Vega Tulcán	Coop Pablo Muñoz	Pond. Coop 29 de Oct Tulcán	Coop 29 de Oct	Pond. Coop Tulcán Huaca	Coop Tulcán Hua	Pond. Coop Tulcán Montufar	Coop Tulcán Montu	Pond. Coop Pablo Vega Montufar	Coop Pablo Muñoz Montu	Pond. Coop Pablo Muñoz Mira	Coop Pablo Muñoz Mira	Pond. Coop 29 de Octu Espejo	Coop 29 Octu Espejo	Pond. Coop Pablo Muñoz Bolivar	Coop Pablo Muñoz Bolivar	Pond. Otras Cooperativas	Otras Cooperativas
Crecimiento en el mercado	30%	2,4	8	2,1	7	2,1	7	2,4	8	2,4	8	2,4	8	2,4	8	2,1	7	2,4	8	2,1	7
Nueva ley de economía popular y solidaria	20%	1,4	7	1,4	7	1,4	7	1,4	7	1,4	7	1,4	7	1,4	7	1,4	7	1,4	7	1,4	7
Posicionamiento	30%	2,1	7	2,1	7	2,4	8	2,1	7	2,1	7	2,4	8	2,4	8	1,8	6	2,1	7	2,1	7
Alianzas estratégicas	20%	1,6	8	1,4	7	1,2	6	1,6	8	1,6	8	1,4	7	1,4	7	1,2	6	1,4	7	1,4	7
Total Oportunidades	100	7,5	30	7	28	7,1	28	7,5	30	7,5	30	7,6	30	7,6	30	6,5	26	7,3	29	7	28
Total Oportunidades		75%		70,00%		71%		75,00%		75,00%		76,00%		76%		65,00%		73,00%		70,00%	

Fuente: Investigación
Elaborado por: Los autores

La cooperativa de ahorro y crédito Tulcán posee una mayor oportunidad en el mercado con una calificación de 80% puntos, siendo sus principales oportunidades, las alianzas estratégicas con una calificación de 8 puntos. Por lo que sus competidores se encuentran con una calificación que está por debajo de los 7 puntos, siendo el factor homogéneo del sector cooperativista la opción de la nueva ley de economía popular y solidaria con una calificación de 7 puntos.

3.6.5. Entrevista

Para alcanzar un mayor resultado de investigación se optó por la creación y aplicación de una entrevista enfocada a los sistemas de gestión de calidad en las cooperativas de la ciudad de Tulcán, encuestas que fueron aplicadas directamente al personal de crédito de COAC Tulcán y a continuación se muestra en forma general los criterios demostrados por cada uno de ellos. VER ANEXO 6

Análisis de preguntas

- 1) Desde su punto de vista por qué piensa usted que los sistemas de calidad en los procesos financieros han sido poco explorados y aplicados en las cooperativas de ahorro y crédito de la ciudad del Tulcán.

De acuerdo a los criterios de cada uno de los entrevistados podemos destacar los aspectos más importantes como son los siguientes:

- a) No ha existido la difusión de ideas ni personal capacitado para cumplir y hacer cumplir los sistemas de gestión de calidad
- b) la localidad busca mayor satisfacción en los productos y servicios adquiridos por tanto las cooperativas se enfocan mejor en la creación de productos más no en la mejora de procesos.
- c) La cultura de calidad es un factor de mucha exigencia para ponerle en marcha, por ello la mentalidad de los funcionarios debe estar dispuesta al cambio, siempre y cuando se evidencie un liderazgo idóneo por parte de los dirigentes de la institución.
- d) la planificación para la implementación de un sistema de gestión de calidad es una alternativa estratégica y pocas instituciones del sector financiero pueden organizar y cumplir lo establecido en sus planes institucionales.
- e) Un sistema de calidad es un proceso extenso y un costo de diseño muy elevado y en la localidad se prefiere satisfacer al socio mediante la mejora de promociones.

- 2) Piensa usted que las norma ISO 9000 pueden ser aplicada en todas las áreas de la institución. Explique

Tomando en cuenta las opiniones de los entrevistados se puede apreciar lo siguiente:

- a) La ISO es una norma técnica que se puede aplicar en diversas áreas de una institución financiera, así como en una empresa manufacturera existe certificación en una sola línea de producción, también es posible aplicar la norma ISO en el área de mayor exigencia financiera dentro de una cooperativa o banco.
 - b) La norma ISO es una opción flexible, pero de gran exigencia profesional, dialéctica, y procedimental, en una institución financiera de gran tamaño y alcance nacional es muy compleja su implementación a nivel macro institucional ya que el control y las auditorias se tomaría demasiado tiempo y existiría volatilidad de información en el control de procesos.
 - c) Debiera ser lo más adecuado con la finalidad de llevar y controlar la calidad a todas las áreas.
- 3) Según su opinión piensa usted que la auditoría financiera es más importante que una auditoria de calidad, explique?

En base a lo expuesto por los entrevistados se toma las ideas más comunes las siguientes:

- a) Cada una de estas auditorías manejan sus propios parámetros de revisión, por ello las mismas tienen por objetivo el dejar ver anomalías o inconsistencias en los procesos, por cuanto estas técnicas de auditoria son importantes si se quiere lograr la consecución de objetivos.
- b) Apegados a la realidad local se puede comentar que la más importante de las auditorias es una auditoría financiera, por cuanto el control de una gestión de calidad total, en la localidad no se evidencia ninguna y la más aplicada para el desarrollo de las labores diarias es este tipo de auditoría.

- c) Una auditoría financiera es la más importante ya que es una exigencia por parte de los órganos reguladores y organismos de control, estas técnicas persiguen la búsqueda de falencias en los procesos y sus respectivas recomendaciones, mientras que una auditoría de calidad busca la mejora de la satisfacción del socio/cliente a través de la corrección en los procesos, pero es más de carácter estratégico como para mejorar la cuota de mercado
- 4) ¿Qué persona considera usted que debería ser la responsable del funcionamiento del sistema de gestión de calidad? Explique

Tomando en cuenta las opiniones de los entrevistados se puede apreciar lo siguiente:

- a) La gestión de la calidad es una tarea que se la debe considerar conformando un equipo, tomado en cuenta la siguiente formación:
- ❖ Gerente general
 - ❖ Jefe del área (Captaciones, crédito o área donde este planificado la implementación el sistema de gestión de la calidad.
 - ❖ Representante del comité de la calidad (si existiese uno en la entidad)
 - ❖ Jefe de agencia o gerente sucursal.
- b) El encargado para la gestión del funcionamiento de un sistema de gestión de la calidad, es la creación de un departamento de calidad, en el cual se deben tomar en cuenta:
- ❖ Asesor de calidad
 - ❖ Auditores de gestión de localidad
 - ❖ Un representante de la gerencia general (funcionario más Idóneo)
 - ❖ Un representante del comité de administración de la institución
- 5) Piensa usted que con la aplicación de un sistema de calidad en los productos y servicios financieros, se alcanzaría un mayor posicionamiento y participación de mercado?, explique

En base a lo expuesto por los entrevistados se toma las ideas más comunes las siguientes:

- a) Al mejorar un proceso de producción de un producto financiero se mejora la percepción del socio/cliente, y esto en consecuencia produce una reacción de satisfacción benéfica para la institución ya que se lleva una imagen de eficiencia y agilidad mejorando de esa manera la participación en el mercado local.
 - b) Un sistema de calidad mejoraría la calidad del servicio y por tanto la mejora en la participación del mercado regional se incrementaría considerablemente.
 - c) Un sistema de calidad mejora, controla y corrige cada elemento que interviene en la prestación del servicio, todo esto enfocado a la mejora de la satisfacción del socio/cliente.
- 6) Considerando la cadena de calidad como cree usted que debería relacionarse con los procesos financieros
- a) La cadena de calidad de relacionarse en procesos de atención al cliente que es el área donde se ofertan los productos financieros.
 - b) la calidad es global y debe estar incluida en cada proceso, gestión, diseño, y mejora de un producto financiero.
 - c) La cadena de calidad se debe relacionar con todos los procesos de los productos financiero que se tiene a disposición de la ciudadanía, de tal manera que se mejore la calidad del servicio.

7) ¿Poseen un manual de calidad dentro de la institución en el área de crédito?

Basándose en lo recopilado de los entrevistados todos y cada uno de los funcionarios inmersos en el área de crédito expusieron que no existe un manual de calidad enfocado a crédito

8) ¿Cuáles son las ventajas o desventajas de aplicar un manual de crédito en el área de crédito?

Las mayores ventajas en las que cada uno de los oficiales de negocios y jefes de agencia logran apreciar son las siguientes:

- a) Gestión de un trámite de crédito basado en lineamientos y normas técnicas.
- b) Desarrollo de una actividad crédito basado en indicadores de crédito establecidos por la organización, establecidos en normas legales vigentes por los órganos de control.

9) ¿Cuáles son las consecuencias operativas de no realizar manuales y procesos de crédito?

Se evidencia los siguientes aspectos más importantes según los entrevistados

- a) Consecuencias poco favorables para la institución ya que siempre debe existir normas y requisitos para otorgar un crédito.
- b) Al realizar un crédito, no basándose en un manual de crédito o un documento de parámetros, el nivel de riesgo en la gestión de un crédito se incrementa ya que no se fija indicadores primordiales como la capacidad de pago.
- c) Es una acción contraproducente, es decir se mejoraría el nivel de colocación, pero en el momento de recuperar el crédito este corre el riesgo de no ser devuelto, afectando así la liquidez de la institución.

10) Con que periodicidad se debe aplicar planes de mejora

- a) En base a las necesidades y exigencias de mejora de la institución

3.6.6. Validación de la idea a defender. (Investigación cualitativa)

Para la realización y validación de la idea a defender es necesario realizar el análisis y cruce correspondiente de las preguntas y respuestas conseguidas de la aplicación de la encuesta a los socios de COAC Tulcán, en las tablas que muestran a continuación se observa la manera como se sustenta la investigación en curso y la necesidad de la creación de un SGC, las respuestas de los socios son efectivas para la toma de decisiones por parte del personal responsable, y

para dar confiabilidad de la propuesta se muestra el análisis correspondiente del cruce realizado.

Crédito *Crédito tabulación cruzada

Tabla 29
Cruce 1

		INEXISTENCIA			Total
		Agilidad	Comodidad	Información	
Existencia de cordialidad	Siempre	80	39	0	119
	Casi Siempre	0	76	0	76
	Frecuentemente	0	67	8	75
	Nunca	0	0	110	110
	Total	80	182	118	380

Elaborado por: Los autores

De acuerdo al cruce realizado en la tabla anterior se observa claramente que los funcionarios de atención al cliente de la institución no están prestando un servicio efectivo a los socios, y si observamos los resultados de cordialidad en el servicio tampoco es efectiva en su totalidad, por ende es necesario que el personal responsable de la atención al cliente considere medidas de corrección para el mejoramiento de estos aspectos, mismos que son necesarios e importantes para el correcto desenvolvimiento de las actividades del departamento de crédito.

Género *sistema de gestión de la calidad tabulación cruzada

Tabla 30
Cruce 2

		Sistema de gestión de la calidad		Total
		SI	No	
genero	Femenino	206	0	206
	Masculino	155	19	174
Total		361	19	380

Elaborado por: Los autores

De acuerdo a los resultados conseguidos en la tabla anterior observamos como la mayor cantidad de mujeres son quienes están de acuerdo con la creación del sistema de gestión de calidad por parte de la institución para ofrecer un mejor servicio al socio cliente mientras que el género masculino representa una cantidad alta en respuestas favorables a la creación del SGC, las respuestas negativas poseen un porcentaje mínimo que no impide el desarrollo de la propuesta.

Disposición y voluntad de los empleados *Como socio de la COAC Tulcán se siente seguro de la calidad del servicio tabulación cruzada

Tabla 31
Cruce 3

		Como socio de la COAC Tulcán se siente seguro de la calidad del servicio			Total
		Siempre	Rara Vez	Nunca	
Disposición y voluntad de los empleados	Siempre	152	0	0	152
	Rara Vez	43	177	0	220
	Nunca	0	3	5	8
Total		195	180	5	380

Elaborado por: Los autores

La seguridad de los socios en cuanto a la prestación del servicio ofrecido por la institución es alto sin embargo debe ser mejorado para alcanzar un mayor nivel

de competitividad en el mercado de la provincia y así también alcanzar mayor conformidad en los socios, la actitud de los empleados debe mejorar para hacer que la satisfacción de los socios mejore y provoque un mejor impacto en el mercado financiero.

Como socio de la COAC Tulcán se siente seguro de la calidad del servicio *El servicio ofrecido por la COAC Tulcán es tabulación cruzada

Tabla 32
Cruce 4

		El servicio ofrecido por la COAC Tulcán es			Total
		Mejor que sus competidores	Igual que sus competidores	Inferior que sus competidores	
Seguridad en la calidad del servicio	Siempre	70	125	0	195
	Rara Vez	0	136	44	180
	Nunca	0	0	5	5
Total		70	261	49	380

Elaborado por: Los autores

De acuerdo a los resultados conseguidos de las respuestas de los socios consideramos en su gran mayoría que la seguridad en el servicio es similar que los competidores y existe una cantidad considerable de respuestas que mencionan que la seguridad y oferta del servicio es menor que sus competidores, por lo que se debe utilizar estrategias de mejoramiento continuo que estimule al mejoramiento de la atención y satisfacción al socio cliente con la finalidad alcanzar un posicionamiento de mercado eficiente y cambio en la mentalidad de los socios.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1. CONCLUSIONES.

- ❖ En la actualidad la población carchense demanda mayor calidad en el servicio por parte de COAC Tulcán considerando que en la localidad existe un nivel de competencia considerable que oferta sus productos y servicios financieros.
- ❖ Los funcionarios de atención al cliente de la COAC Tulcán en la provincia del Carchi no cuenta con características suficientes para la prestación del servicio lo que conlleva a la inconformidad de parte de los socios y clientes.
- ❖ COAC Tulcán mantiene una cartera de productos con gran acogida en la provincia del Carchi tomando en cuenta que todos estos productos son demandados y apreciados por los socio/clientes generando dinamismo y desarrollo económico en la provincia.
- ❖ La población carchense posee cultura de ahorro lo que les permite involucrarse en el sector cooperativo como base de apoyo para el manejo respectivo de su dinero mismo que sirve de intermediación financiera para el desarrollo local.
- ❖ La COAC Tulcán no posee calidad total en los procesos de atención y prestación de servicio al público, por lo que se considera la no aplicación adecuada de políticas y objetivos de calidad.
- ❖ En la provincia del Carchi existe un alto nivel de competitividad en lo referente a colocación de cartera tomando en cuenta las cooperativas de ahorro y crédito, se debe considerar como mayor competidor de COAC Tulcán a la Cooperativa de ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega.

- ❖ Los socio/clientes demandan mayor cantidad de productos financieros con la finalidad de alcanzar mayor satisfacción y desarrollo económico en la provincia del Carchi.

4.2. RECOMENDACIONES.

- ❖ La COAC Tulcán debe encaminarse en un proceso de mejora continua para ofrecer mejor calidad de servicio a los socio/clientes.
- ❖ Los funcionarios encargados de prestar el servicio al público deber recibir capacitaciones que le permita mejorar su capacidad y habilidad de atención con la finalidad de conseguir una mejor satisfacción del socio cliente.
- ❖ La COAC Tulcán debe crear políticas y objetivos de calidad que permita el aumento de agilidad y eficiencia en la prestación del servicio a cada uno de los socio/clientes.
- ❖ Las cooperativas financieras deben continuar elaborando productos financieros que generen mayores beneficios económicos para la provincia del Carchi.
- ❖ La institución debería buscar nichos de mercado a quienes dirigir sus productos y servicios con la finalidad de incrementar su participación en el sector, además de incrementar la utilidad institucional y beneficio para los socios.
- ❖ Buscar alternativas de posicionamiento de mercado de la institución a fin de encontrar nuevos socios e inversiones financieras.

CAPITULO V

PROPUESTA (Investigación cualitativa)

5.1. TÍTULO.

Diseñar un modelo de un sistema de gestión de calidad basado en los requisitos de la norma ISO 9001:2008 para el área de crédito de la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda. En la provincia del Carchi.

5.2. JUSTIFICACIÓN.

El diseño de un modelo de un sistema de gestión de calidad es creado como propuesta para que el departamento de crédito de Cooperativa Tulcán Ltda. pueda mejorar, al observar los cambios y exigencias financieras actuales del mercado financiero. Hoy en día los socio/clientes se han vuelto más rigurosos y optan por las mejores oportunidades cooperativistas.

El modelo del Sistema de gestión de calidad cumple con los requerimientos de las normas internacionales de calidad ISO 9001:2008 necesarias para que el departamento de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán alcance un mayor enfoque hacia los requisitos y expectativas del cliente logrando el cumplimiento de los mismos y se encamine al cumplimiento de las metas establecidas y mejora de la institución.

5.3. OBJETIVOS.

Objetivo general

Proporcionar una herramienta de mejora en los procesos y el desempeño de las actividades diarias del departamento de crédito.

Objetivos específicos

- ❖ Crear un manual de calidad acorde a las exigencias de la norma ISO 9001:2008 encaminado a las actividades del área de crédito de COAC Tulcán.
- ❖ Crear documentos de respaldo para el seguimiento y mejora de los procesos.
- ❖ Determinar las acciones y actividades no acordes al sistema de gestión de calidad para crear alternativas de mejoramiento.

5.4. FUNDAMENTACIÓN.

Para dar inicio con la propuesta se procedió a la realización de un check list respaldando con el estudio de la norma ISO 9001:2008, herramienta con la que se determina si cumple o no con los requerimientos de calidad, los resultados fueron conseguidos con la evaluación aplicada a los oficiales de negocios de COAC Tulcán de la provincia del Carchi, quienes de acuerdo a sus conocimientos y actividades laborales procedieron a resolver el examen, destacando puntos fuertes y débiles de la calidad de los procesos, productos y servicios financieros ofrecidos en la institución. VER ANEXOS 7, 8 y 9

En base a los resultados conseguidos del check list aplicado a los oficiales de negocios se procede a realizar una matriz FODA que muestra cada uno de los factores internos y externos que posee la institución y con ello se procede a la realización de estrategias que permitirá mejorar en el mercado financiero de la provincia del Carchi y atacar con mayor competitividad a cada uno de los competidores financieros. VER ANEXO 10

5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

El presente modelo está creado bajo los requerimientos de la norma ISO 9001:2008 mismo que se encamina claramente a los objetivos de COAC Tulcán al hablar sobre la mejora de procesos y enfoque al cliente a fin de cumplir con sus expectativas y alcanzar mayor nivel de competitividad en el mercado.

Para la realización del presente trabajo se ha mirado oportuno y necesario considerar también aspectos importantes del proyecto de Viviana Guadalupe Robalino Fierro enfocado a la cooperativa CACET creado en el año 2006 y recopilado de "<http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/293/1/CD-0270.pdf>"

A continuación se presenta la propuesta enfocada al departamento de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. En la provincia del Carchi tomando en cuenta que es el departamento con mayor exigencia financiera en el área operativa de la Institución.

5.5.1 ESQUEMA DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL DEPARTAMENTO DE CRÉDITO

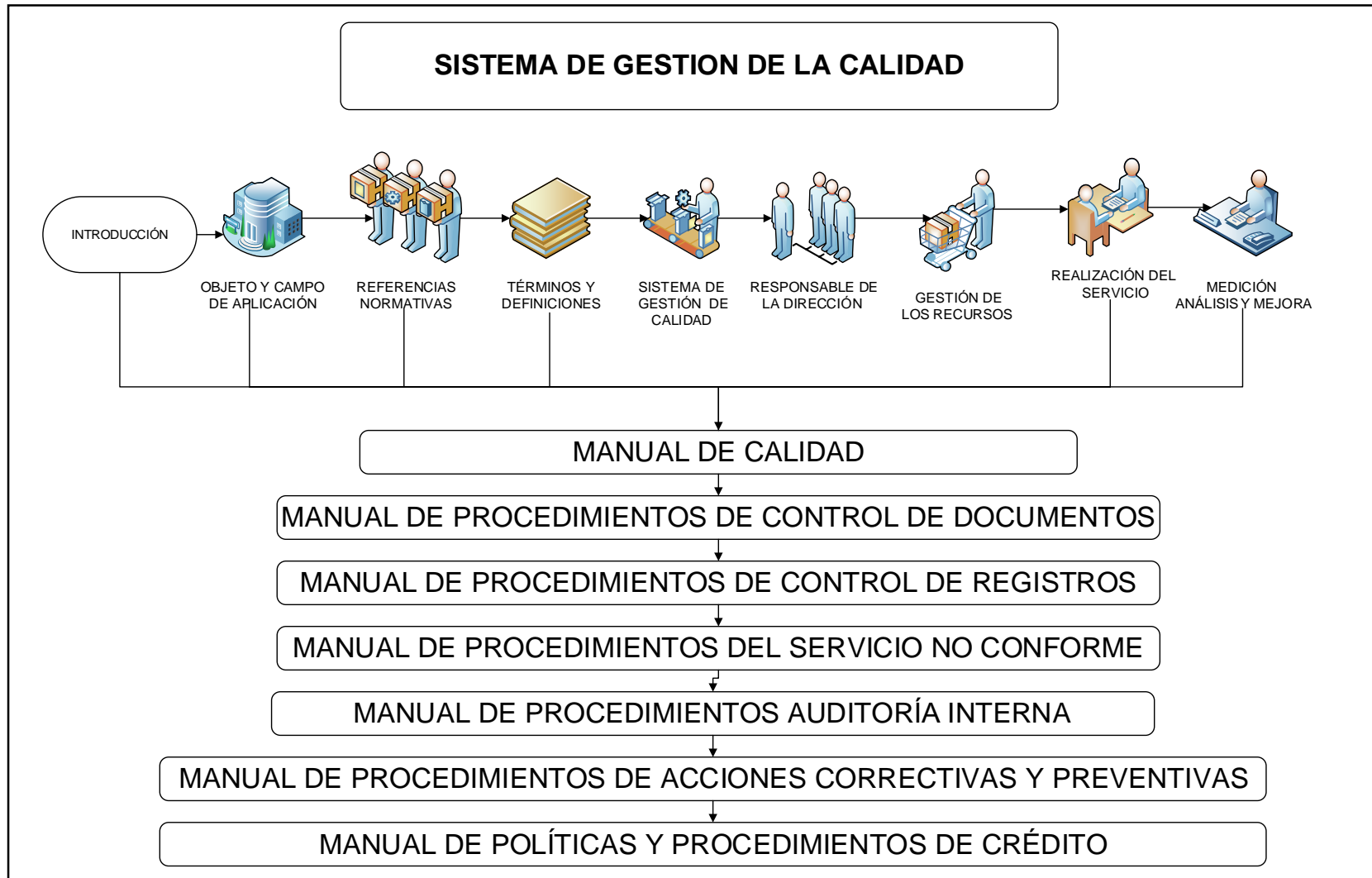


Figura 24: Sistema de gestión de la calidad
Elaborado por: los autores

CLAUSULAS	TÍTULO	REVISIÓN
0.	Introducción	
1.	Objeto y campo de aplicación	
2.	Referencias normativas	
3.	Términos y definiciones	
4.	Sistema de Gestión de calidad	
5.	Responsabilidad de la dirección	
6.	Gestión de recursos	
7.	Realización del servicio	
8.	Medición análisis y mejora	

INTRODUCCIÓN

0.1. GENERALIDADES

El objetivo del SGC es encaminar al mejoramiento continuo de la institución fortaleciendo las actividades de crédito en base de los requisitos exigidos por las Normas internacionales de calidad.

Un sistema de gestión de la calidad es una estrategia de mejora que la alta dirección de una organización opta por implementar. En la actualidad las instituciones financieras se enfocan a la satisfacción de los socios/clientes y para ello persiguen alternativas de mejoramiento continuo encaminado hacia el cumplimiento de objetivos institucionales considerando a las normas ISO como una herramienta útil para alcanzarlo.

El presente documento describe las políticas, procedimientos y los requisitos de un sistema de gestión de calidad en base a las exigencias de la norma ISO 9001-2008.

A continuación se describe la propuesta de Visión y Misión para el área de crédito.

0.1.1. Misión

Brindar productos financieros crediticios con un alto nivel de eficiencia, enfocado a satisfacer las necesidades de los socios – clientes de la institución, mejorando el nivel vida e impulsando ideas emprendedoras de la región norte del país.

0.1.2. Visión

Ser líderes en la gestión y otorgamiento de productos financieros crediticios en la región norte del país.

La Cooperativa de ahorro y crédito Tulcán considera los siguientes Valores:

- ❖ La puntualidad con la que el personal cumple sus obligaciones hace que los clientes aumenten su confiabilidad en la institución y mejoren sus relaciones y financieras.

- ❖ La Honestidad con la que el personal institucional resaltará su cualidad humana encaminada siempre a la verdad y en una auténtica justicia respetando los derechos de los clientes y dando a quien lo que corresponde.
- ❖ El respeto en el área de crédito se guiará en base a la comprensión, aprobación y estimación de las cualidades que estén inmersas en este departamento, por parte de cada uno de los integrantes que lo componen, respetando siempre la opinión de cada uno de ellos, de tal forma que se brinde un buen trato al socio cliente, asumiendo siempre con tranquilidad las críticas y sugerencias.
- ❖ El departamento de crédito deberá ser siempre solidario con los socio/clientes y reconocer el bien común encaminado en una vida exitosa para todos.
- ❖ El personal de crédito deberá estar comprometido con las obligaciones requeridas en su lugar de trabajo y con las exigencias del cliente demostrando así absoluta responsabilidad y obligación con cada uno de ellos.
- ❖ La responsabilidad de cada uno de los integrantes del área de crédito, la asumirán y cumplirán a cabalidad de manera eficiente y organizada con miras al cumplimiento de los objetivos organizacionales, basando sus actividades en torno a las políticas y manuales existentes en el departamento.
- ❖ El personal deberá prestar colaboración mutua entre compañeros y con el cliente encaminando de esta manera el cumplimiento de objetivos y metas propuestos por la institución.
- ❖ La integridad de cada uno de los integrantes del departamento de crédito realizará sus actividades bajo un enfoque de transparencia, cumpliendo a cabalidad sus trabajos y compromisos adquiridos con la institución, y con una mentalidad de trabajo en equipo, para garantizar la realización de todas las actividades con un alto grado de efectividad.

0.1.3. Tipos de créditos de COAC Tulcán:

Tabla 33
Tipos de crédito

TIPO DE CRÉDITO	MONTO
Microcrédito	hasta 20.000 dólares
Crédito de consumo	hasta 30.000 dólares
Crédito de vivienda	hasta 42.000 dólares

Fuente: Cooperativa Tulcán. (2013). *Productos*. Recopilado de <http://www.cooptulcan.com/seccion.php?id=4&cat=c>
Elaborado por: Los autores

0.1.4. Proceso de ejecución y aprobación del crédito

El proceso de aprobación y acreditación de valores a cada uno de los socios por concepto de préstamos se describe a continuación en el siguiente gráfico.

Proceso de ejecución y aprobación de crédito



Figura 25: Proceso de ejecución y aprobación del crédito
Elaborado por: Los autores

Todo el manejo operativo de la gestión de una operación de crédito está apoyado por el sistema operativo COBIS y la plantilla especializada en Excel, llamadas SAC, y SAMIR.

Con este sistema la operatividad de las operaciones crédito se basarán en la gestión de calidad exclusivamente para el área de crédito, con ello se asegura el cumplimiento con los requerimientos del socio/cliente. ANEXO 1 SGC

0.1.5. Historia de la cooperativa Tulcán

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda., inicio su vida jurídica el 6 de Noviembre de 1963 cuando fueron aprobados sus estatutos por el entonces Ministerio de Bienestar Social. Sin embargo, mucho antes, un grupo de 13 personas inquietas en formar una Institución financiera de este tipo, crearon la Cooperativa.

A estos personajes, primeros socios y fundadores de Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán se les conocía como Los 13 de La Fama.

Tabla 34
Los trece de la fama

Luis Enrique Villarreal C.	José Miguel Prado.
Rodrigo Arroyo.	Azael Ruiz.
Miguel Mafla.	Lucrecia Martínez.
Carlos Bedón.	Daniel Ayala.
Juan José Reyes.	Laura Champutiz.
Manuel Villacorte.	Diómedes Jiménez.
Segundo Azael Ruiz.	

Fuente: Los trece de la fama. (2013). *Historia de la cooperativa Tulcán*. Recopilado de <http://www.cooptulcan.com/general.php?id=4>

Los primeros años fueron realmente difíciles. Un escritorio y una silla en un cuarto era todo lo que tenía la Institución. Además, de una modesta suma de ahorros de diez mil sucres.

Gracias a la perseverancia y al arduo trabajo de socios y colaboradores en este 2013 cumplimos 50 años de servicio, con la proyección de crecimiento en

productos, servicios, puntos y canales de atención. (COAC Tulcán, 2013, Párr. 1 y 2)

Actualmente la cooperativa cuenta con siete agencias a nivel de las provincias del Carchi, Imbabura y Pichincha, distribuidas de la siguiente manera:

Provincia del Carchi

Tabla 35
Red de agencias provincia del carchi

SUCURSAL	DIRECCION
TULCAN (MATRIZ)	SUCRE Y ATAHUALPA
JULIO ANDRADE	TARQUI Y 13 DE ABRIL
HUACA	8 DE DICIEMBRE Y JUAN MONTALVO
SAN GABRIEL	SUCRE Y BOLIVAR
EL ANGEL	CALLES ESMERALDAS Y BOLIVAR

Fuente: cooperativa Tulcán. (2013). *Red de agencias*. Recopilado de <http://www.cooptulcan.com/general.php?id=45>

Adaptado por: Los autores

Provincia de Imbabura

Tabla 36
Red de agencias imbabura

SUCURSAL	DIRECCION
IBARRA	AV PEREZ GUERRERO Y BOLIVAR

Fuente: cooperativa Tulcán. (2013). *Red de agencias*. Recopilado de <http://www.cooptulcan.com/general.php?id=45>

Adaptado por: Los autores

Provincia de Pichincha

Tabla 37
Red de agencias Pichincha

SUCURSAL	DIRECCION
QUITO	AV 10 DE AGOSTO Y ALONSO DE MERCADILLO

Fuente: cooperativa Tulcán. (2013). *Red de agencias*. Recopilado de: <http://www.cooptulcan.com/general.php?id=45>
Adaptado por: Los autores

0.2. Enfoque basado en procesos

Los procesos de crédito son ejecutados en base a los objetivos institucionales y exigencia de las políticas internas y externas, para conocer cuál es el proceso de prestación del servicio de crédito mostramos el siguiente flujograma de procesos.

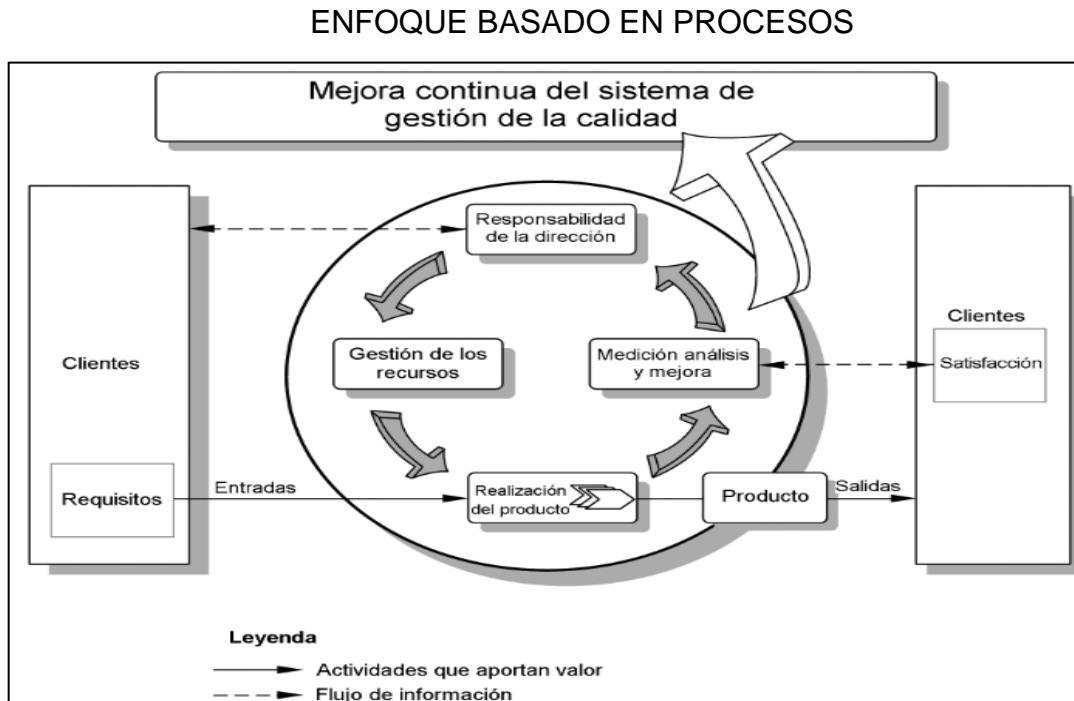


Figura 26: Enfoque basado en procesos

Fuente: Sistemas de gestión de calidad (2008). Recopilado de <http://farmacia.unmsm.edu.pe/noticias/2012/documentos/ISO-9001.pdf>

0.3. Las normas ISO

Estas normas internacionales forman en su conjunto un modelo de aseguramiento de calidad desde el diseño del producto hasta el servicio post venta atravesando una serie de exigencias que permiten a la empresa enmarcarse en un sistema de gestión de calidad.

0.4. Relación con otras normas

La norma ISO 9001 se relaciona con la ISO 9004 de la siguiente manera:

Es necesario conocer que estas normas han sido diseñadas para para complementarse entre sí pero mientras que la ISO 9001 especifica los requisitos para un sistema de gestión de calidad y se orienta al cliente la ISO 9004 proporciona un enfoque más amplio y considera otras partes interesadas incluyendo a la dirección.

0.5. Compatibilidad con otros sistemas de gestión

Para beneficio de la comunidad de usuarios se han considerado los beneficios de la norma ISO14001:2004 que aduce a una organización alinear o integrar su propio sistema de gestión de la calidad con requisitos de sistemas de gestión relacionados.

SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD

REQUISITOS

1. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

1.1. GENERALIDADES

1.1.1. Objetivo del SGC

Con el diseño del sistema de gestión de la calidad se van a crear las diferentes políticas de calidad basada en los requisitos de las normas ISO 9001 que permitirán a la institución mejorar continuamente y encaminarse hacia el desarrollo y crecimiento institucional exigiendo el cumplimiento de objetivos financieros y relaciones laborales en el departamento de crédito.

En base a las descripciones reflejadas en el sistema de gestión de calidad se verá respaldado con una serie de exigencias que permitirán a la gerencia general de cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda. Proponer la implementación de este sistema y a la vez garantizar la optimización de resultados y cumplimiento de metas establecidas.

El alcance de la satisfacción del socio es lo primordial para COAC Tulcán es por ello que los procesos deberán estar bien establecidos y dentro de los requisitos del cliente sin descuidar también los legales y reglamentarios.

1.1.2. Aspectos de enfoque del SGC

- ❖ Dar a conocer la calidad del servicio prestado a los socio/clientes para incentivar la confiabilidad en los mismos.
- ❖ Contar con un respaldo para apoyo en el control de auditorias
- ❖ Cumplir con las expectativas, requisitos y exigencias del cliente sin descuidar los requisitos legales y reglamentarios.
- ❖ Equiparar el área de crédito con un respaldo de calidad que servirá para el mejoramiento de actividades y desarrollo profesional.
- ❖ Crear una cultura de calidad en la mentalidad de los funcionarios de crédito que fortalezca las relaciones laborales y comerciales.
- ❖ Incentivar el trabajo en equipo para el cumplimiento de objetivos.
- ❖ inculcar el conocimiento de políticas y procedimientos establecidos en el sistema de gestión de la calidad a fin de obtener talento humano con cualidades satisfactorias.
- ❖ Crear un ambiente laboral óptimo para la prestación del servicio financiero que se enfoque a la satisfacción del cliente.
- ❖ Realizar capacitaciones periódicas al personal de crédito que fortalezca sus destrezas y habilidades laborales.
- ❖ Satisfacer de material indispensable para el cumplimiento de labores y alcance de objetivos.

1.2. CAMPO DE APLICACIÓN

Los tipos de crédito ofrecidos en la Cooperativa de Ahorro y crédito Tulcán a los que se les aplicara el sistema de gestión de calidad se muestran a continuación.

- ❖ Microcrédito
- ❖ Crédito de consumo
- ❖ Crédito de vivienda

De acuerdo a la creación del sistema de gestión de calidad ISO 9001-2008 en el departamento de crédito de la COAC Tulcán es preciso excluir los siguientes literales 7.3 y 7.6 de la norma.

1.3. EXCLUSIONES

Para la realización del modelo del sistema de gestión de calidad se ha visto necesario excluir literales que no van de acuerdo con la prestación del servicio crediticio, mismos que se muestran a continuación.

7.3. Diseño y desarrollo

7.3.1 Planificación del diseño y desarrollo

7.3.2. Elementos de entrada para el diseño y desarrollo

7.3.3. Resultado del diseño y desarrollo

7.3.4. Revisión del diseño y desarrollo

7.3.5. Verificación del diseño y desarrollo

7.3.6. Validación del diseño y desarrollo

7.3.7. Control de los cambios del diseño y desarrollo

7.5.5. Preservación del producto

El literal 7.6 trata sobre el control de dispositivos de seguimiento y medición y considerando que la labor de la COAC Tulcán no es la manufactura se deberá excluir también esta cláusula.

2. REFERENCIAS NORMATIVAS

La realización del presente SGC se sustenta en la norma ISO 9000:2000 y con el respaldo de la ISO 9000:2005 que trata sobre los “Sistemas de gestión de la calidad fundamentos y vocabulario”

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Dentro del contenido de gestión de calidad se va encontrar una terminología basada en la Norma ISO 9000:2005 y cuando se hable de producto podrá ser también servicio.

3.1. TÉRMINOS GENERALES

Se utilizará la terminología basada en la norma ISO 9000:2005 fundamentos y vocabulario.

El presente documento contendrá términos relacionados a calidad, procesos, producto, servicio, documentación, auditoria, apoyo, reglamento, entre otras.

3.2. TÉRMINOS Y ABREVIATURAS

Se deberá realizar un cuadro contenedor de las diferentes abreviaturas a ser utilizadas el diseño de gestión de calidad con la finalidad de brindar una mayor facilidad de entendimiento e interpretación a quienes corresponda la debida revisión.

A continuación se describe las tablas de abreviaturas.

Tabla 38
Abreviaturas sistema

CLAUSULA	PROCEDIMIENTO	CODIGO
4	Sistema de gestión de la calidad	SGC
4.1	Requisitos generales	R. GRLS
4.2.2	manual de calidad	M CALIDAD
4.2.3	Control de los documentos	C. DOC
4.2.4	Control de los registros	C. REG
6.1	Provisión de los recursos	PROV R.
6.2	Recursos humanos	RRHH
8.2.2	Auditoría interna	AUD. INT
8.3	Control del servicio no conforme	C. SNC
8.5.2	Acción correctiva	ACC. CORR
8.5.3	Acción preventiva	ACC. PREV
ELABORADO Jefferson Benavides Byron Villota	REVISADO Comité de Crédito	APROBADO Gerente General
Firma	Firma	Firma
fecha: 20/03/2014	fecha: 20/03/2014	fecha: 20/03/2014

Elaborado por: Los autores

Tabla 39
Abreviaturas proceso de crédito

NÚMERO	PROCEDIMIENTO	CÓDIGO
1	Información de requisitos	INF. REQ. 2
	Entrega de solicitud	E. SLT 3
	Recepción de documentos	REC. DOC.
4	Verificación de Información	VER. INF. 5
	Revisión de buro de crédito	REV.BURO
6	Revisión de bases mínimas	REV.SM. 7
	Constatación en base de datos del CONSEP	CONSEP 8
	Ingreso de datos	ING. DATOS
9	Análisis de crédito	A. CRED.
10	Comité de Crédito	COM. CRED.
11	Aprobación y despacho	APROV. DESP.
ELABORADO Jefferson Benavides Byron Villota		REVISADO Comité de Crédito
		APROBADO Gerente General
Firma		Firma
fecha: 20/03/2014		fecha: 20/03/2014

Elaborado por: Los autores

Tabla 40
Abreviaturas tipos de crédito

NÚMERO	PROCEDIMIENTO	CÓDIGO
1	Microcrédito	MCR. CRED.
2	Crédito de Consumo	CRED. C. 3
	Crédito de Vivienda	CRED. V.
ELABORADO Jefferson Benavides Byron Villota		REVISADO Comité de Crédito
		APROBADO Gerente General
Firma		Firma
fecha: 20/03/2014		fecha: 20/03/2014

Elaborado por: Los autores

4. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

4.1 REQUISITOS GENERALES

La COAC Tulcán establece su sistema de gestión de calidad en el área de crédito para mejorar continuamente su oferta de productos y servicios de tal manera que cada uno de ellos se sujete a las exigencias dictadas por la norma ISO 9001 y conlleven un enfoque hacia la satisfacción del socio.

A continuación se detalla lo que contiene COAC Tulcán:

- a) identificación de los procesos establecidos para el cumplimiento del sistema de gestión de calidad.
- b) métodos apropiados para llevar un control específico de cada uno de los procesos.
- c) Apoyar el desempeño de actividades y cumplimiento de los procesos con los recursos necesarios.
- d) Realización de auditorías internas que permitan determinar acciones de mejora encaminadas a la consecución de resultados.

4.2. REQUISITOS DE LA DOCUMENTACIÓN

4.2.1. Generalidades

La documentación del sistema de gestión de calidad incluye:

- a) Declaraciones documentadas de una política de calidad y objetivos de calidad.
- b) Manual de calidad
- c) Los procedimientos documentados y los registros requeridos por la norma internacional.
- d) Los documentos incluidos los registros que la organización determina que son necesarios para asegurarse de la eficaz planificación, operación y control de sus procesos.

4.2.2. Manual de la Calidad

La COAC Tulcán contiene un manual de calidad que posee lo siguiente:

- a) Alcance del sistema de gestión de calidad considerando las diferentes exclusiones que se establecen en la norma ISO 9001-2008
- b) Referencias de los procesos documentados creados para el sistema de gestión de calidad.
- c) Flujograma de procesos del sistema de gestión de calidad (ver pág. 106)

Este manual describe las políticas y objetivos de la calidad en el departamento de crédito de la COAC Tulcán a fin de dar seguimiento al sistema de gestión de calidad. Este manual está elaborado en base a la norma ISO 9001:2008 y se ha enfocado a la entidad de estudio, las modificaciones o correcciones serán aplicadas en base a lo establecido en a los manuales de ACCIONES CORR. Y PREV.

El departamento de crédito de la COAC Tulcán, elaborara planes para el alcance de los objetivos de calidad, el comité de calidad es el responsable del desarrollo y de la adecuada planificación estratégica de la calidad, dentro de esta gestión se definirá los procesos óptimos para que el SGC del departamento de crédito de la COAC Tulcán.

El área de negocios es responsable de la ejecución de los planes de calidad relacionada con el área de crédito, se indicará a cada uno de los que estén inmiscuidos en esta gestión de cómo se manejará el servicio, desde la visualización de aseguramiento de la calidad, y la forma adecuada de brindar un servicio específico al socio/cliente.

El cumplimiento de los planes de calidad y ejecución de cambios, se realizara de tal forma tal que no perturbe la integridad del SGC.

El representante del comité de gestión de la calidad está en la obligación, responsabilidad, implementación y salvaguardar el SGC de la COAC Tulcán.


Los funcionarios y señores directivos de la COAC Tulcán, están bajo el compromiso y la autoridad para ejecutar los requerimientos del SGC. El compromiso recae sobre los siguientes puntos:


- ❖ Identificación y abastecimiento de controles, procesos, equipos, recursos y destrezas necesarias para la obtención de la calidad.
- ❖ Identificación de puntos cables de control, inmersos en la línea de servucción de créditos ofertados al cliente.
- ❖ Identificar y disponer los registros de la calidad


Los empleados de la COAC Tulcán, están en la responsabilidad de disponer y respetar los procedimientos del sistema del SGC establecidos.


MANUALES DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

(VER ANEXO 20)


 <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN LTDA.</p>	<p>MANUAL DE CALIDAD</p>	<p>FECHA: Mayo del 2014</p>
<p>MC_PAG_1</p>	<p>CONTENIDO</p>	<p>HOJA 2/15</p>
<p>CONTENIDO</p> <p>1. INTRODUCCION</p> <p>1.1. Presentación</p> <p>1.2. Alcance</p> <p>1.3. Exclusiones</p> <p>2. INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</p> <p>2.1. Reseña Histórica</p> <p>2.2. Misión</p> <p>2.3. Visión</p> <p>2.4. Valores</p> <p>2.5. Principios</p> <p> 2.5.1. Valores</p> <p> 2.5.2. Principios</p> <p>2.6. Estructura Organizacional</p> <p>2.7. Política de Calidad.</p> <p>2.8. Objetivo de Calidad.</p> <p>3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS PROCESOS</p> <p>3.1. Mapa de Procesos</p> <p>3.2. Diagrama de análisis e interacción de los procesos:</p> <p>3.2.1. PROCESOS GOBERNANTES</p> <p> ❖ Comité de crédito</p>		
<p>ELABORADO POR</p>	<p>REVISADO POR:</p>	<p>APROBADO POR:</p>
<p>JEFFERSON BENAVIDES</p>		<p>FECHA:</p>
<p>BYRON VILLOTA</p>		


 <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN LTDA.</p>	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC_PAG_1	CONTENIDO	HOJA 3/15
<p>3.2.2. PROCESOS OPERATIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Solicitud de crédito ❖ Recepción y verificación de la información ❖ Ingreso de datos en el sistema ❖ Despacho <p>3.2.3. PROCESOS DE APOYO</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Auditoría interna ❖ CONSEP ❖ Acciones correctivas 		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		


 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC_PAG_1	INTRODUCCIÓN	HOJA 4/15
<p style="text-align: center;">INTRODUCCIÓN</p> <p>1.1. PRESENTACIÓN:</p> <p>El presente manual de calidad mantiene un enfoque claro hacia la estructura del área de crédito de COAC Tulcán buscando una mejor organización del personal y la mejora de los procesos para la prestación del servicio considerando aspectos clave o estándares de calidad que permitan encaminar un sistema de gestión de calidad.</p> <p>La actualidad en la que vivimos se ha visto envuelta en una serie de cambios y exigencias mercadológicas que poco a poco están obligando a las instituciones a adoptar sistemas de calidad que les permitan ser más competitivos en el entorno comercial y de servicios cumpliendo mayormente los requisitos de los clientes y alcanzando la satisfacción de los mismos.</p> <p>El sistema de gestión de calidad de COAC Tulcán se encuentra estructurado bajo las exigencias y lineamientos de la norma ISO 9001 con el principal objetivo de alcanzar una mejora de la calidad en la prestación de servicios y fomentar una cultura de calidad y excelencia en los procesos de prestación del servicio que conlleven a la satisfacción del socio.</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		


 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC_PAG_1	INTRODUCCIÓN	HOJA 5/15
<p>1.2. ALCANCE</p> <p>El alcance del sistema de gestión de calidad estructurado encierra el área de crédito de COAC Tulcán considerando uno de los departamentos de mayor fuerza económica de la institución así como también el trato y atención al socio/cliente y aquellos procesos relacionados con la colocación de dinero en el mercado de la provincia del Carchi.</p> <p>1.3. EXCLUSIONES.</p> <p>El Literal 7.3 trata sobre el diseño y desarrollo del producto por lo que al área de crédito se exonera de dicha responsabilidad.</p> <p>El literal 7.6 trata sobre el control de dispositivos de seguimiento y medición y considerando que la labor de la COAC Tulcán no es la manufactura se deberá excluir también esta cláusula</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC _PAG_1	INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	HOJA 6/15
<p style="text-align: center;">INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</p> <p>2.1. Reseña Histórica</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Figura 27: Reseña histórica. (2013). Recopilado de: http://periodismoecuador.com/2012/07/24/cfn-firma-convenio-con-la-cooperativa-tulcan/</p> <p>La Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán es una institución de prestigio y confiable que ha superado una serie de obstáculos para convertirse hoy en un eje fundamental de desarrollo económico en tres provincias del Ecuador, esta institución inició sus actividades el 6 de Noviembre de 1963 cuando se aprobó sus estatutos por el entonces Ministerio de Bienestar social de aquellos años.</p> <p>Quienes dieron pie y entusiasmo a la creación de la institución fueron los conocidos y recordados 13 de la fama mismos que se muestran a continuación:</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014														
MC_PAG_1	INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	HOJA 7/15														
<p style="margin-left: 40px;">Tabla 41 Los trece de la fama</p> <table border="1" style="margin-left: 40px; width: 60%;"> <tr> <td>Luis Enrique Villarreal C.</td> <td>José Miguel Prado.</td> </tr> <tr> <td>Rodrigo Arroyo.</td> <td>Azael Ruiz.</td> </tr> <tr> <td>Miguel Mafla.</td> <td>Lucrecia Martínez.</td> </tr> <tr> <td>Carlos Bedón.</td> <td>Daniel Ayala.</td> </tr> <tr> <td>Juan José Reyes.</td> <td>Laura Champutiz.</td> </tr> <tr> <td>Manuel Villacorte.</td> <td>Diómedes Jiménez.</td> </tr> <tr> <td>Segundo Azael Ruiz.</td> <td></td> </tr> </table> <p style="margin-left: 40px;">Fuente: Cooperativa Tulcán.(2013). Historia. Recopilado de: http://www.cooptulcan.com/general.php?id=4</p> <p style="margin-left: 40px;">Es necesario mencionar que los primeros años han sido difíciles de superarse considerando la escases de recursos para un mejor posicionamiento de mercado pero a pesar de las dificultades y obstáculos presentados en el transcurso del trabajo la perseverancia y audacia de los mencionados trece de la fama y socios de la institución dieron firmeza a una oportunidad de crecimiento institucional tanto que hoy en día se ha convertido en una institución sólida y solvente al servicio de la sociedad y q además posee grandes expectativas de crecimiento y prolongación de agencias en las distintas ciudades o provincias del ecuador.</p>			Luis Enrique Villarreal C.	José Miguel Prado.	Rodrigo Arroyo.	Azael Ruiz.	Miguel Mafla.	Lucrecia Martínez.	Carlos Bedón.	Daniel Ayala.	Juan José Reyes.	Laura Champutiz.	Manuel Villacorte.	Diómedes Jiménez.	Segundo Azael Ruiz.	
Luis Enrique Villarreal C.	José Miguel Prado.															
Rodrigo Arroyo.	Azael Ruiz.															
Miguel Mafla.	Lucrecia Martínez.															
Carlos Bedón.	Daniel Ayala.															
Juan José Reyes.	Laura Champutiz.															
Manuel Villacorte.	Diómedes Jiménez.															
Segundo Azael Ruiz.																
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:														
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:														
BYRON VILLOTA																

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC_PAG_1	INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	HOJA 8/15
<p>2.2. Misión</p> <p>Ofrecer productos y servicios financieros en la región norte del país con un alto grado de efectividad y calidad siendo socialmente responsables e incentivando la fidelidad de nuestros socios-clientes y dinamizando la economía de la localidad.</p> <p>2.3. Visión</p> <p>Ser líderes en la prestación de productos y servicios financieros en la región norte del país.</p> <p>2.4. Valores</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Respeto con el trabajo encomendado y con cada uno de los socios y clientes internos y externos. ❖ Confianza. De nuestros socio/clientes demostrando la trayectoria institucional y siendo cuidadosos de no defraudar. ❖ Eficiencia en la prestación del servicio y oferta de productos. 		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		
BYRON VILLOTA		FECHA:

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC_PAG_1	INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	HOJA 9/15
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Responsabilidad. Con el trabajo de colocación de dinero en el mercado protegiendo siempre los intereses de cada uno de los socios. ❖ Lealtad. Con el cumplimiento y compromiso de alcanzar la satisfacción del socio/cliente y maximizando sus beneficios. ❖ Trabajo en equipo encaminados al cumplimiento de objetivos institucionales. ❖ Honestidad. En todas las acciones y actividades relacionadas con la prestación del servicio y atención al socio/cliente procurando cuidar los intereses de cada uno de ellos. ❖ Innovación para la mejora de la calidad. ❖ Solidaridad. Promoviendo al personal de crédito para servir e incentivar el crecimiento y progreso de la provincia del Carchi 		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		
BYRON VILLOTA		FECHA:

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC_PAG_1	INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	HOJA 10/15
<p>2.5. Principios</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Responsabilidad social para promover el desarrollo económico de provincia del Carchi mediante la prestación del servicio financiero de COAC Tulcán ❖ Equidad. Con cada uno de los socios demostrando igualdad en el trato y colaboración en el servicio prestado. ❖ Seguridad y solvencia para dar confianza a los socios y encaminar a un mayor crecimiento de mercado. ❖ Vocación de servir a la sociedad alcanzando efectividad en el trabajo realizado día a día. 		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

2.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE NEGOCIOS

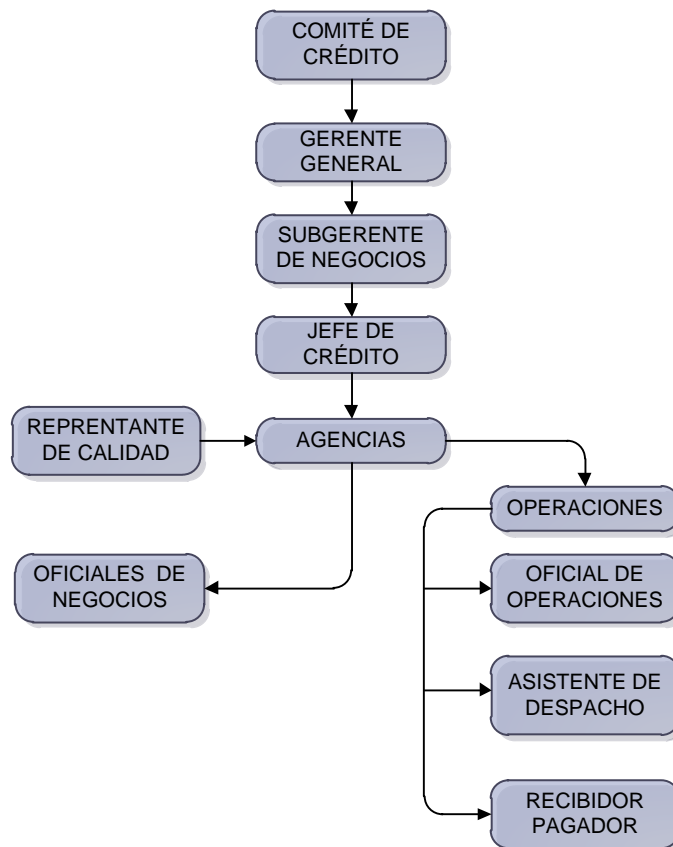





Figura 28: estructura organizacional
Elaborado por: Los autores

ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC_PAG_1	INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	HOJA 12/15
<p>2.7. Política de Calidad</p> <p>El departamento de crédito deberá cumplir con las actividades diarias que satisfagan las necesidades de los socios, con una elevada vocación de servicio a los socios y clientes de la entidad cumpliendo con los siguientes principios.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Integridad personal para cumplir con los valores éticos y esforzarse por mejores resultados. ❖ Creatividad e innovación para alcanzar e identificar las oportunidades de búsqueda de recursos financieros y el mejoramiento continuo cumpliendo con el sistema de calidad. ❖ Confiabilidad en cada uno de los elementos del sistema de gestión de calidad. ❖ Orientación al cliente para entenderlo de mejor manera y estar al pendiente de sus nuevas exigencias. ❖ Autoconocimiento para identificar los aspectos fuertes personales y explotarlos para alcanzar un beneficio personal e institucional. ❖ Apoyar eficazmente la toma de decisiones para la consecución de los objetivos 		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC_PAG_1	INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	HOJA 13/15
<p>2.8. Objetivos de Calidad</p> <p>El departamento de crédito de COAC Tulcán cuenta con los siguientes objetivos de calidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Proveer la información necesaria, objetiva y clara de los clientes de crédito ❖ Proveer los recursos financieros en base a un flujo de efectivo. ❖ Proveer los recursos financieros en base al presupuesto de la cartera del área de inversiones. ❖ Proveer los recursos financieros mediante el bloqueo de valores de los socios/clientes. ❖ Establecer una política de seguridad que garantice en un 100% la protección de la información. ❖ La información del departamento de crédito tiene que ser en un 100% exacta para evitar fallas operativas. ❖ Suministrar los recursos financieros en base a una planificación. ❖ Mantener en un 100% la administración de los recursos financieros ❖ Proveer los recursos financieros en los plazos y fechas pactados. ❖ Medir y evaluar los resultados financieros del área de crédito. ❖ Crear indicadores de desempeño financiero del área de crédito. ❖ Proveer la información necesaria para la planificación, ejecución y control en el uso de los diferentes recursos. 		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC_PAG_1	INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	HOJA 14/15

3. Descripción General de los Procesos

3.1. Mapa de Procesos

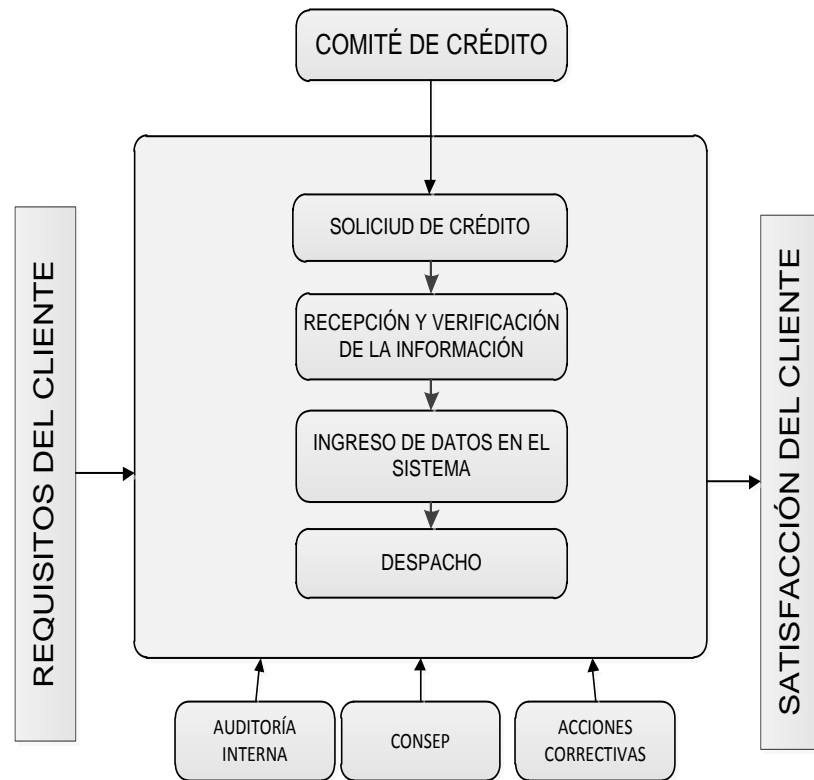






Figura 29: Mapa de procesos
Elaborado por: Los autores


ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE CALIDAD	FECHA: Mayo del 2014
MC_PAG_1	INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	HOJA 15/15
<p>DIAGRAMAS DE ANÁLISIS E INTERACCIÓN DE LOS PROCESOS.</p> <p>3.2.1. PROCESOS ESTRATEGICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Comité de crédito <p>3.2.2. PROCESOS OPERATIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Solicitud de crédito ❖ Recepción y verificación de la información ❖ Ingreso de datos en el sistema ❖ Despacho <p>3.2.3. PROCESOS DE APOYO</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Auditoría interna ❖ CONSEP ❖ Acciones correctivas 		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00
M.P. C. DOC	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 1/16
<p>4.2.3 Control de Documentos</p> <p>OBJETIVO</p> <p>Establecer los procedimientos oportunos de los documentos del SGC, para realizar las reformas autorizadas al presente documento.</p> <p>ALCANCE</p> <p>El alcance de este documento aplicara al manual de calidad y manual de políticas de crédito.</p> <p>PROCEDIMIENTOS</p> <p>El control de cada uno de los documentos se lo realizara basado en los siguientes puntos:</p> <p>Control del manual de calidad.</p> <p>El comité del consejo de gestión de la calidad a través de su representante está en la obligación de emitir y controlar la gestión del manual de calidad así como la difusión y suministro de copias controladas al personal.</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		





	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00
M.P. C. DOC	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 2/16
<p>Cada una de las copias controladas estarán enumeradas de forma individual para facilitar la gestión de control.</p> <p>Se establecerá una lista de control del manual de la calidad donde se determinará la constancia del departamento que recibió, el nombre del funcionario, fecha de envió, el número de revisión o chequeo y el número asignado.</p> <p>CONTROL DE OTROS DOCUMENTOS</p> <p>Los procesos técnicos, una vez establecidos y revisados correctamente, son insertados, por el área en la lista de control de documentos, en la que constará el número de documento, título, su revisión final, y la fecha.</p> <p>CONTROL DE LA DISTRIBUCIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN</p> <p>El representante del comité de gestión de la calidad estará a cargo de toda la documentación del sistema de gestión de calidad y de toda distribución de los documentos al personal inmiscuido en el área de negocios y el área de crédito de COAC Tulcán. Con el objeto de facilitar el control se utiliza herramientas de distribución de manual de calidad y distribución de documentos.</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00
M.P. C. DOC	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 3/16
<p>El documento original será archivado por el representante del comité de gestión de la calidad.</p> <p>MODIFICACIÓN DEL DOCUMENTO</p> <p>Cada modificación de la documentación será realizada única y exclusivamente por el área que originó, emitió, y aprobó el documento. La documentación que está aprobada esta expuesta una nueva revisión originándose malestares en la distribución.</p> <p>Las revisiones del MC se ejecutará por capítulos completos, esto incluye registros de distribución, la portada y la bitácora de revisiones y el respectivo índice modificado</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00
C.DOC. 01	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 4/16


ACTIVIDADES PERSONALES

Tabla 42
Actividades personales

TIVIDAD	RESPONSABLE
 CONTROL DEL MANUAL DE CALIDAD	REPRESENTANTE DEL COMITÉ DE GESTIÓN DE LA CALIDAD
 CONTROL DE OTROS DOCUMENTOS	REPRESENTANTE DEL COMITÉ DE GESTIÓN DE LA CALIDAD
 CONTROL DE LA DISTRIBUCIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN	REPRESENTANTE DEL COMITÉ DE GESTIÓN DE LA CALIDAD
 MODIFICACIONES DE LA DOCUMENTACIÓN	COMITÉ DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Elaborado por: Los autores

ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00
M.P. C. DOC	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 5/16
<p>DOCUMENTACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ LISTA DE CONTROL DEL MANUAL DE LA CALIDAD ❖ LISTA DE CONTROL DE DOCUMENTOS ❖ DOCUMENTO DE CONTROL DE LA DISTRIBUCIÓN DEL MANUAL DE LA CALIDAD ❖ DOCUMENTO DE CAMBIO A LOS DOCUMENTOS Y DATOS DEL SGC ❖ DOCUMENTO DE REGISTROS DE LAS MODIFICACIONES ❖ LISTA DE CONTROL DE LOS DOCUMENTOS Y DATOS EXTERNOS ❖ DOCUMENTO DE CONTROL DEL PLAN DE CALIDAD ❖ DOCUMENTO DE CONTROL DE INFORME DE LA REVISIÓN DEL SGC ❖ DOCUMENTO DE CONTROL DEL PERFIL DEL FUNCIONARIO ❖ DOCUMENTO DE CONTROL PARA EL ESQUEMA DE LA CAPACITACIÓN ❖ LISTA DE CONTROL PARA LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO 		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		



	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014																								
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00																								
C.DOC. 02	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 6/16																								
<p>Tabla 43 Lista de control</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>ANEXO MP 2 ESTRUCTURA DE FORMATO PARA LA LISTA DE CONTROL</p> <div style="text-align: center;">  <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "TULCAN" LTDA DEPARTAMENTO DE CREDITO LISTA DE CONTROL DE MANUAL DE CALIDAD</p> <p>PAGINA _____ DE _____</p> <p>REVISION N° _____ FECHA _____ MES - DIA - AÑO</p> <p>VERIFICADO: APROBADO:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">DEPARTAMENTO QUE RECEPTA</th> <th style="width: 15%;">FUNCIONARIO RECEPTOR</th> <th style="width: 10%;">FIRMA</th> <th style="width: 10%;">NÚMERO DE REVISIÓN</th> <th style="width: 15%;">COPIA CONTROLADA</th> <th style="width: 15%;">OBSER.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> </div> <p>Elaborado por: Los autores</p> </div>			DEPARTAMENTO QUE RECEPTA	FUNCIONARIO RECEPTOR	FIRMA	NÚMERO DE REVISIÓN	COPIA CONTROLADA	OBSER.																		
DEPARTAMENTO QUE RECEPTA	FUNCIONARIO RECEPTOR	FIRMA	NÚMERO DE REVISIÓN	COPIA CONTROLADA	OBSER.																					
ELABORADO POR		REVISADO POR:	APROBADO POR:																							
JEFFERSON BENAVIDES			FECHA:																							
BYRON VILLOTA																										

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014																				
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00																				
C.DOC. 03	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 7/16																				
<p>Tabla 44 Lista de control de documentos</p> <p>ANEXO MP 3 ESTRUCTURA DE FORMATO PARA LA LISTA DE CONTROL DE DOCUMENTOS</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "TULCÁN" LTDA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO CONTROL DE DOCUMENTOS</p> <p style="text-align: center;">PÁGINA _____ DE _____</p> <p>REVISIÓN N° _____ FECHA _____ MES - DÍA - AÑO _____</p> <p>VERIFICADO: _____ APROBADO: _____</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">NÚMERO DE DOCUMENTO</th> <th style="width: 25%;">NOMBRE DEL DOCUMENTO</th> <th style="width: 15%;">REVISIÓN ANTERIOR</th> <th style="width: 15%;">FIRMA</th> <th style="width: 30%;">OBSERV.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> <p>Elaborado por: Los autores</p>			NÚMERO DE DOCUMENTO	NOMBRE DEL DOCUMENTO	REVISIÓN ANTERIOR	FIRMA	OBSERV.															
NÚMERO DE DOCUMENTO	NOMBRE DEL DOCUMENTO	REVISIÓN ANTERIOR	FIRMA	OBSERV.																		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:																				
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:																				

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014																				
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00																				
C.DOC. 04	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 8/16																				
<p>Tabla 45 Control de distribución de MC</p>																						
<p>ANEXO MP 4</p> <p style="text-align: center;">ESTRUCTURA DE FORMATO PARA EL DOCUMENTO DE CONTROL DE DISTRIBUCION DEL MANUAL DE CALIDAD</p> <div style="text-align: center;">  <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "TULCAN" LTDA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DOCUMENTOS DE DISTRIBUCION DEL MANUAL DE CALIDAD</p> <p style="text-align: center;">PÁGINA _____ DE _____</p> <p>REVISIÓN N° _____ FECHA _____ MES - DÍA - AÑO</p> <p>VERIFICADO: _____ APROBADO: _____</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">MANUAL DE CALIDAD No</th> <th style="width: 20%;">RESPONSABLE</th> <th style="width: 15%;">FIRMA</th> <th style="width: 20%;">DEPARTAMENTO</th> <th style="width: 30%;">OBSERV.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> <p>Elaborado por: Los autores</p> </div>			MANUAL DE CALIDAD No	RESPONSABLE	FIRMA	DEPARTAMENTO	OBSERV.															
MANUAL DE CALIDAD No	RESPONSABLE	FIRMA	DEPARTAMENTO	OBSERV.																		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:																				
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:																				

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014																												
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00																												
C.DOC. 05	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 9/16																												
<p>Tabla 46 Cambio a los documentos</p> <p>ANEXO MP 5 ESTRUCTURA DE FORMATO PARA EL DOCUMENTO DE CAMBIO A LOS DOCUMENTOS Y DATOS DEL S.G.C</p> <div style="text-align: center;">  <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "TULCÁN" LTDA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DOCUMENTOS DE CAMBIO AL DOCUMENTO DE DATOS DEL S.G.C</p> <p>PÁGINA _____ DE _____</p> <p>PROCESO</p> <p>NOMBRE DEL EMISOR: _____ : _____ No DE CAMBIO _____</p> <p>NOMBRE DEL DOCUMENTO: _____</p> <p>ACTIVIDAD AFECTADA: _____</p> <p>MOTIVO DEL CAMBIO. _____</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">DOC.</th> <th style="width: 10%;">FECHA DEL CAMBIO</th> <th style="width: 10%;">REFERENCIA DE CAMBIO DEL DOC.</th> <th style="width: 10%;">SECCIÓN CAMBIADA DEL DOC.</th> <th style="width: 10%;">DETALLE DEL CAMBIO</th> <th style="width: 10%;">FUNCIONARIO QUIEN REVIS, Y APRUEBA</th> <th style="width: 10%;">FIRMA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> <p>Elaborado por: Los autores</p> </div>			DOC.	FECHA DEL CAMBIO	REFERENCIA DE CAMBIO DEL DOC.	SECCIÓN CAMBIADA DEL DOC.	DETALLE DEL CAMBIO	FUNCIONARIO QUIEN REVIS, Y APRUEBA	FIRMA																					
DOC.	FECHA DEL CAMBIO	REFERENCIA DE CAMBIO DEL DOC.	SECCIÓN CAMBIADA DEL DOC.	DETALLE DEL CAMBIO	FUNCIONARIO QUIEN REVIS, Y APRUEBA	FIRMA																								
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:																												
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:																												



	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014																												
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00																												
C.DOC. 06	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 10/16																												
<p>Tabla 47 Registro de las modificaciones</p>																														
<p>ANEXO MP 6 ESTRUCTURA DE FORMATO PARA EL DOCUMENTO DE REGISTROS DE LA MODIFICACIONES</p> <div style="text-align: center;">  <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "TULCÁN" LTDA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DOCUMENTOS DE REGISTROS DE LA MODIFICACIONES</p> <p>PÁGINA _____ DE _____</p> <p>REVISIÓN N° _____ FECHA MES - DÍA - AÑO _____</p> <p>VERIFICADO _____</p> <p>APROBADO: _____</p> </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 12.5%;">FECHA DE MODIFICACIÓN</th> <th style="width: 12.5%;">DOCUMENTO MODIFICADO</th> <th style="width: 12.5%;">FUNCIONARIO ELABORADOR</th> <th style="width: 12.5%;">REVISADO POR</th> <th style="width: 12.5%;">APROBADO POR:</th> <th style="width: 12.5%;">FIRMA</th> <th style="width: 12.5%;">OBSERV.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> <p>Elaborado por: Los autores</p>			FECHA DE MODIFICACIÓN	DOCUMENTO MODIFICADO	FUNCIONARIO ELABORADOR	REVISADO POR	APROBADO POR:	FIRMA	OBSERV.																					
FECHA DE MODIFICACIÓN	DOCUMENTO MODIFICADO	FUNCIONARIO ELABORADOR	REVISADO POR	APROBADO POR:	FIRMA	OBSERV.																								
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:																												
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:																												

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014																												
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00																												
C.DOC. 07	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 11/16																												
<p>Tabla 48 Datos externos</p>																														
<p>ANEXO MP 7</p> <p style="text-align: center;">ESTRUCTURA DE FORMATO PARA EL DOCUMENTO DE DATOS EXTERNOS</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "TULCÁN" LTDA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DOCUMENTOS DE REGISTROS DE DATOS EXTERNOS</p> <p style="text-align: center;">PÁGINA _____ DE _____</p> <p>PROCESO : _____ NOMBRE DEL RESPONSABLE _____</p> <p>FECHA DE INGRESO: _____</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 12.5%;">FECHA DE ACTUALIZACIÓN</th> <th style="width: 12.5%;">NOMBRE</th> <th style="width: 12.5%;">FUENTE DE LOS DATOS</th> <th style="width: 12.5%;">BITACORA DE LAS ACTUALIZACIONES</th> <th style="width: 12.5%;">FORMA DE ACTUALIZACIÓN</th> <th style="width: 12.5%;">FIRMA DE RESPONSABLE</th> <th style="width: 12.5%;">OBSERV.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table> <p>Elaborado por: Los autores</p>			FECHA DE ACTUALIZACIÓN	NOMBRE	FUENTE DE LOS DATOS	BITACORA DE LAS ACTUALIZACIONES	FORMA DE ACTUALIZACIÓN	FIRMA DE RESPONSABLE	OBSERV.																					
FECHA DE ACTUALIZACIÓN	NOMBRE	FUENTE DE LOS DATOS	BITACORA DE LAS ACTUALIZACIONES	FORMA DE ACTUALIZACIÓN	FIRMA DE RESPONSABLE	OBSERV.																								
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:																												
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:																												

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS		FECHA: Mayo del 2014																													
	REFERENCIA ISO 9000:2000		REVISION 00																													
C.DOC. 08	CONTROL DE DOCUMENTOS		HOJA 12/16																													
<p>Tabla 49 Plan de calidad</p> <p>ANEXO MP 8 ESTRUCTURA DE FORMATO PARA EL DOCUMENTO DEL PLAN DE CALIDAD</p> <div style="text-align: center;">  <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "TULCÁN" LTDA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DOCUMENTO DEL PLAN DE CALIDAD</p> <p>PAGINA _____ DE _____</p> <p>PLAN DE CALIDAD: _____ RESPONSABLE : _____</p> </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 12.5%;">ELEMENTOS</th> <th style="width: 12.5%;">GESTIÓN</th> <th style="width: 12.5%;">ACTIVIDADES</th> <th style="width: 12.5%;">RESPONSABLE</th> <th style="width: 12.5%;">CONTACTO</th> <th style="width: 12.5%;">FIRMA DE RESPONSABLE</th> <th style="width: 12.5%;">OBSERV.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R.R.H.H</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>EFFECTIVO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>FIRMA DEL RESPONSABLE: _____</p> <p>Elaborado por: Los autores</p>					ELEMENTOS	GESTIÓN	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	CONTACTO	FIRMA DE RESPONSABLE	OBSERV.	R.R.H.H							EFFECTIVO													
ELEMENTOS	GESTIÓN	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	CONTACTO	FIRMA DE RESPONSABLE	OBSERV.																										
R.R.H.H																																
EFFECTIVO																																
ELABORADO POR		REVISADO POR:		APROBADO POR:																												
JEFFERSON BENAVIDES				FECHA:																												
BYRON VILLOTA																																

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014		
	REFERENCIA ISO 9000:2000	REVISION 00		
C.DOC. 09	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 13/16		
<p>Tabla 50 Revisión del SGC</p>				
<p>ANEXO MP 9 ESTRUCTURA DE FORMATO DE REVISIÓN DEL S.G.C</p>  <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "TULCÁN" LTDA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DOCUMENTO DE REVISIÓN DEL S.G.C</p> <p>PAGINA _____ DE _____ M-D-AÑO</p> <p>ESTABLECIMIENTO DE LA REUNIÓN: _____</p> <p>RESPONSABLE DE LA CONVOCATORIA: _____</p>				
PUNTOS TRATADOS	RESOLUCIONES Y TAREAS PACTADAS	GESTIÓN DE FECHAS PACTADAS	FIRMA DEL RESPONSABLE	OBSERV.
REGISTRO DE ASISTENTES				
NO	NOMBRES	CARGO	FIRMA	
Elaborado por: Los autores				
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:		
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:		
BYRON VILLOTA				

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00
C.DOC. 10	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 14/16
<p>Tabla 51 Perfil del funcionario</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>ANEXO MP 10 ESTRUCTURA DE FORMATO DE DOCUMENTO DE PERFIL DEL FUNCIONARIO</p> <div style="text-align: center;">  <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "TULCÉN" LTDA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DOCUMENTO DE REVISIÓN DE PERFIL DEL FUNCIONARIO</p> </div> <p>NOMBRES COMPLETOS : _____</p> <p>EDAD: _____</p> <p>CARGO: _____</p> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>FORMACIÓN EDUCATIVA TIEMPO EN AÑOS</p> <p>PRIMARIA ()</p> <p>SECUNDARIA ()</p> <p>SUPERIOR: ()</p> </div> <p>CURSOS DE CAPACITACIÓN: _____</p> <p>APTITUDES Y ACTITUDES: _____</p> <p>EXPERIENCIA LABORAL _____</p> <p>OBSERVACIONES _____</p> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>_____</p> <p>FIRMA DEL FUNCIONARIO:</p> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>_____</p> <p>FIRMA DEL RESPONSABLE DE LA GESTION:</p> </div> </div> <p>Elaborado por: Los autores</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00
C.DOC. 11	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 15/16
<p>Tabla 52 Esquema de capacitación</p>		
<p>ANEXO MP 11 ESTRUCTURA DE FORMATO DE DOCUMENTO DE ESQUEMA DE CAPACITACIÓN</p> <div style="text-align: center;">  COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "TULCÁN" LTDA. DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DOCUMENTO DEL ESQUEMA DE CAPACITACIÓN </div>		
FECHA:		
TIPO DE CAPACITACIÓN:		
GESTIÓN Y ACCIONES INVOLUCRADAS:		
OBJETIVO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN.		
RESULTADOS A ALCANZAR:		
MATERIAL NECESARIO:		
NOMBRE DEL MODERADOR.		
<div style="text-align: center;"> <hr style="width: 30%; margin: 0 auto;"/> FIRMA DE MODERADOR </div>		
Elaborado por: Los autores		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:



	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA ISO 9001:2008	REVISIÓN 00
C.DOC. 12	CONTROL DE DOCUMENTOS	HOJA 16/16


Tabla 53
Evaluación de desempeño

ANEXO MP 12 ESTRUCTURA DE FORMATO DE DOCUMENTO EVALUACION DEL DESEMPEÑO			
 COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "TULCAN" LTDA DEPARTAMENTO DE CREDITO DOCUMENTO DE LA EVALUACION DEL DESEMPEÑO			
FUNCIONARIO EVALUADO: _____		FECHA: _____	
FUNCIONARIO EVALUADOR: _____			
INDICADORES	EXCELENTE	CUMPLE CON LO REQUERIDO	NECESITA MEJORAR EL DESEMPEÑO
EFICACIA DE TRABAJO			
RESPONSABILIDAD			
MANEJO DEL PROCESO			
RELACIONES INTERPERSONALES			
TRABAJO EN EQUIPO			
INDEPENDENCIA LABORAL			
PUNTUALIDAD			
OBSERVACIONES:			
CALIFICACION:			
FIRMA DEL FUNCIONARIO EVALUADO: _____		_____	
FIRMA DEL FUNCIONARIO EVALUADOR: _____		_____	


Elaborado por: Los autores


ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:


 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. REG.	CONTROL DE REGISTROS	HOJA 1/24
<p>OBJETIVO:</p> <p>Establecer los procedimientos para identificar, intercambiar, actualizar y preservar los registros</p> <p>ALCANCE</p> <p>El alcance del presente documento abarca a todos los registros diseñados por el SGC, se entenderá con esto a todos aquellos que surjan a raíz de la implementación del MC, procedimientos o procesos.</p> <p>IDENTIFICACION.</p> <p>Cada uno de los registros deberá poseer la referencia que le identifique, con el objetivo de controlar el archivo de tal forma que el manejo de registros sea llevadero.</p> <p>Para esto se emplea la siguiente técnica</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Numeración de tipo secuencial aplicado en base a la necesidad del Sistema. 2. Nombre del mes en que se diseña 3. Formato en fecha (Mes/Día/año) de la cual se ha elaborado el registro. 		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		


 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. REG.	CONTROL DE REGISTROS	HOJA 2/24
<p>ARCHIVO:</p> <p>La cooperativa de ahorro y crédito Tulcán, departamento de crédito es el responsable de mantener en resguardo cada uno de los registros que surjan, tomando también como la misma obligación el representante del comité de la gestión de la calidad.</p> <p>Como recomendación se deben de archivar cada registro en un mínimo de cuatro años, dependiendo del surgimiento de estos.</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS		FECHA: Mayo del 2014																																																		
	REFERENCIA: ISO 9001:2008		REVISIÓN: 00																																																		
MC_PAG_1	CONTROL DE REGISTROS		HOJA 3/24																																																		
<p>Tabla 54 Responsables</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="4" style="text-align: left;">RESPONSABLES</th> </tr> <tr> <th style="width: 25%;">AREA / DEPARTAMENTO</th> <th colspan="3">RESPONSABLE Y REPONSABILIDAD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CRÉDITO</td> <td>OFICIALES DE CRÉDITO</td> <td></td> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">RESPONSABILIDAD DE LLENAR FORMULARIOS</td> </tr> <tr> <td>COMITÉ DE GESTIÓN DE LA CALIDAD</td> <td colspan="2" style="text-align: center;">JEFES DE AGENCIA</td> </tr> <tr> <td>IDENTIFICACION</td> <td colspan="2" style="text-align: center;">REPRESENTANTE DE CALIDAD</td> </tr> <tr> <td colspan="4"> </td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">ARCHIVO</td> <td>OFICIALES DE CRÉDITO</td> <td></td> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">RESPONSABILIDAD DE LLENAR FORMULARIOS</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">JEFES DE AGENCIA</td> </tr> <tr> <td>REPRESENTANTE DE CALIDAD</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="4"> </td> </tr> <tr> <th colspan="4" style="text-align: left;">DOCUMENTACION</th> </tr> <tr> <th style="width: 25%;">REGISTROS</th> <th colspan="3">DOCUMENTOS</th> </tr> <tr> <td>MANUAL DE CALIDAD</td> <td colspan="3" style="text-align: center;">REGISTROS DEL MANUAL DE CALIDAD</td> </tr> <tr> <td>MANUALES DE PROCEDIMIENTOS</td> <td colspan="3" style="text-align: center;">REGISTROS DE LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS</td> </tr> </tbody> </table> <p>Elaborado por: Los autores</p>				RESPONSABLES				AREA / DEPARTAMENTO	RESPONSABLE Y REPONSABILIDAD			CRÉDITO	OFICIALES DE CRÉDITO		RESPONSABILIDAD DE LLENAR FORMULARIOS	COMITÉ DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	JEFES DE AGENCIA		IDENTIFICACION	REPRESENTANTE DE CALIDAD						ARCHIVO	OFICIALES DE CRÉDITO		RESPONSABILIDAD DE LLENAR FORMULARIOS	JEFES DE AGENCIA		REPRESENTANTE DE CALIDAD						DOCUMENTACION				REGISTROS	DOCUMENTOS			MANUAL DE CALIDAD	REGISTROS DEL MANUAL DE CALIDAD			MANUALES DE PROCEDIMIENTOS	REGISTROS DE LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS		
RESPONSABLES																																																					
AREA / DEPARTAMENTO	RESPONSABLE Y REPONSABILIDAD																																																				
CRÉDITO	OFICIALES DE CRÉDITO		RESPONSABILIDAD DE LLENAR FORMULARIOS																																																		
COMITÉ DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	JEFES DE AGENCIA																																																				
IDENTIFICACION	REPRESENTANTE DE CALIDAD																																																				
ARCHIVO	OFICIALES DE CRÉDITO		RESPONSABILIDAD DE LLENAR FORMULARIOS																																																		
	JEFES DE AGENCIA																																																				
	REPRESENTANTE DE CALIDAD																																																				
DOCUMENTACION																																																					
REGISTROS	DOCUMENTOS																																																				
MANUAL DE CALIDAD	REGISTROS DEL MANUAL DE CALIDAD																																																				
MANUALES DE PROCEDIMIENTOS	REGISTROS DE LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS																																																				
ELABORADO POR		REVISADO POR:	APROBADO POR:																																																		
JEFFERSON BENAVIDES			FECHA:																																																		
BYRON VILLOTA																																																					

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. SERV. NO CONF.	CONTROL DE SERVICIOS NO CONFORMES	HOJA 4/24
<p>Control de servicio no conforme</p> <p>Objetivo</p> <p>Crear el sistema correspondiente para identificar cuáles son las fases del proceso de prestación del servicio que provocan inconformidades al socio/cliente.</p> <p>Alcance</p> <p>Se debe aplicar al proceso de prestación del servicio crediticio en la fase que no ha logrado cumplir con los requisitos o especificaciones del socio/cliente.</p> <p>Procedimiento de detección del servicio no conforme</p> <p>Para dar cumplimiento con la detección de servicios no conformes se debe seguir las etapas:</p> <p>Detección y evaluación de no conformidades</p> <p>La detección de servicios no conformes ejerce a raíz de la evaluación y control de los documentos de crédito receptados de los socios como también del servicio prestado a los mismos.</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. SERV. NO CONF.	CONTROL DE SERVICIOS NO CONFORMES	HOJA 5/24
<p>El responsable de la evaluación y control recae sobre el oficial de negocios quien a su vez deberá informar en forma escrita al jefe de crédito quien deberá proceder a enlistar la falencia y asignar fecha de análisis y modificación si es necesario.</p> <p>Identificación de servicios no conformes</p> <p>Los documentos que demuestran la no conformidad se deberán llevar de una forma organizada en una bandeja de escritorio o archivador claramente identificado y marcado de color amarillo como muestra de exigencia y pronto análisis.</p> <p>Evaluación de proveedores</p> <p>El jefe de crédito será quien investigue y lleve el control de proveedores necesarios para la correcta prestación del servicio en el área de crédito así como también la evaluación a cada uno de ellos obteniendo resultados del desempeño realizado y emitir informes correspondientes al oficial de procesos (CC Ger. G.).</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. SERV. NO CONF.	CONTROL DE SERVICIOS NO CONFORMES	HOJA 6/24
<p>Órdenes de compra</p> <p>El representante de calidad es el encargado de solicitar en forma escrita (CC Ger. G) al jefe de proveeduría para realizar las compras necesarias para la prestación del servicio.</p> <p>Verificación de los servicios adquiridos</p> <p>El representante de calidad será el responsable de la verificación de la documentación y de revisar si cumple con las especificaciones requeridas, en el caso de existir inconformidad con el servicio adquirido deberá emitir un informe de no conformidad y presentar al jefe de crédito para tomar las medidas correspondientes y resolver si es necesario.</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. SERV. NO CONF.	CONTROL DE SERVICIOS NO CONFORMES	HOJA 7/24
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Documentación ❖ Informe de no conformidades ❖ Informe de evaluación de proveedores ❖ Lista de proveedores aceptada ❖ Especificaciones de documentación ❖ Especificaciones de servicio final. 		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		



	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. SERV. NO CONF.	CONTROL DE SERVICIOS NO CONFORMES	HOJA 8/24

Tabla 55
Informe de no conformidades

ANEXO 1		
ESTRUCTURA DE FORMATO INFORME DE NO CONFORMIDADES		
		
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DESDE _____ HASTA _____		
1. DESCRIPCIÓN DEL DAÑO DE CONFORMIDAD DOCUMENTOS () SERVICIO FINAL DE CRÉDITO () <div style="text-align: center; border-top: 1px solid black; width: 100px; margin: 0 auto;"> _____ FIRMA FUNCIONARIO </div>		
2. PROCESO A REALIZAR ACEPTADO _____ NO ACEPTADO _____ FECHA _____ FIRMA: _____ <div style="text-align: center; width: 100px; margin: 0 auto;"> _____ JEFE DE CRÉDITO </div>		
3. PROCESO REALIZADO ACEPTADO _____ NO ACEPTADO _____ FECHA: _____ FIRMA _____ <div style="text-align: center; width: 100px; margin: 0 auto;"> _____ REPRESENTANTE DE CALIDAD </div>		
ELABORADO POR	REVISADO:	APROBADO:
LOS AUTORES	RESPONSABLE DE CALIDAD	GERENTE GENERAL
FIRMA	FIRMA	FIRMA
FECHA	FECHA	FECHA


Elaborado por: Los autores

ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. SERV. NO CONF.	CONTROL DE SERVICIOS NO CONFORMES	HOJA 9/24

Tabla 56
Evaluación de proveedores

ANEXO 2
ESTRUCTURA DE FORMATO PARA EVALUACIÓN DE PROVEEDORES


 COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN LTDA.
 ÁREA DE CRÉDITO
 INFORME DE AVALUACIÓN DE PROVEEDORES
 DESDE _____ HASTA _____

1. DATOS DEL PROVEEDOR		
NOMBRE COMPLETO _____		
DIRECCIÓN _____		TELÉFONO _____
2. CUMPLIMIENTO DE ESPECIFICACIONES		
CLASE DE CAPACITACIÓN _____		
PROVEEDOR CON EXPERIENCIA	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
METOS DE ENSEÑANZA EFECTIVOS	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
PRECIO RAZONABLE	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
DIVERSIDAD DE HORARIOS	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3. RESULTADO		
APROBAR <input type="checkbox"/>	REPROBAR <input type="checkbox"/>	
FIRMA: _____ RESPONSABLE DE CALIDAD		
ELABORADO	REVISADO	APROBADO
LOS AUTORES	COMITÉ DE CRÉDITO	GERENTE GENERAL
FIRMA	FIRMA	FIRMA
FECHA	FECHA	FECHA

Elaborado por: Los autores

ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. SERV. NO CONF.	CONTROL DE SERVICIOS NO CONFORMES	HOJA 10/24

Tabla 57
Proveedores aceptados

ANEXO 3		
ESTRUCTURA DE FORMATO PROVEEDORES ACEPTADOS		
		
LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN LTDA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DESDE _____ HASTA _____		
PROVEEDORES ACEPTADOS	DIRECCIÓN	
FIRMA: _____ RESPONSABLE DE CALIDAD		
ELABORADO LOS AUTORES	REVISADO COMITÉ DE CRÉDITO	APROBADO GERENTE GENERAL
FIRMA FECHA	FIRMA FECHA	FIRMA FECHA

Elaborado por: Los autores

ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. SERV. NO CONF.	CONTROL DE SERVICIOS NO CONFORMES	HOJA 11/24

Tabla 58
Especificaciones de los documentos

ANEXO 4

**ESTRUCTURA DE FORMATO PARA
ESPECIFICACIONES DE LOS DOCUMENTOS**


 LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN LTDA
 DEPARTAMENTO DE CRÉDITO
 DESDE _____ HASTA _____

CLASE DE CRÉDITO _____

DOCUMENTOS REQUERIDOS

Cumple con los parametros establecidos por la institución

Deudor **Garante**

Capacidad de pago	SI		NO		Deudor y garante
Solvencia	SI		NO		
Socio	SI		NO		
Encaje	SI		NO		Deudor
Estabilidad residencial y ocupacional	SI		NO		


ELABORADO LOS AUTORES	REVISADO COMITÉ DE CRÉDITO	APROBADO GERENTE GENERAL
FIRMA	FIRMA	FIRMA
FECHA	FECHA	FECHA

Elaborado por: Los autores

ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. SERV. NO CONF.	CONTROL DE SERVICIOS NO CONFORMES	HOJA 12/24

Tabla 59
Especificaciones de servicio final

ANEXO 5		
FORMATO PARA ESPECIFICACIONES DE SERVICIO FINAL		
		
LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN LTDA DEPARTAMENTO DE CRÉDITO DESDE _____ HASTA _____ CLASE DE CRÉDITO _____ Firma documentos de respaldo para asignación de crédito y accesos a la información SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Apertura de cuenta de ahorros para los fines pertinentes SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Al realizar las acciones antes mencionadas es preciso abrir una nueva carpeta de credito con los datos personales del socio donde se respaldara cada uno de los datos y documentos adquiridos para proceder a la investigacion correspondiente y proceder a la entrega del crédito siempre y cuando se compruebe la legalidad y legitimidad de la informacion. Firma: _____ Responsable de calidad		
ELABORADO LOS AUTORES	REVISADO COMITÉ DE CRÉDITO	APROBADO GERENTE GENERAL
FIRMA FECHA	FIRMA FECHA	FIRMA FECHA

Elaborado por: Los autores

ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. C. SERV. NO CONF.	CONTROL DE SERVICIOS NO CONFORMES	HOJA 13/24

Tabla 60
Especificaciones de servicio final 2

ANEXO 6

FORMATO PARA ESPECIFICACIONES DE SERVICIO FINAL


 LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN LTDA
 DEPARTAMENTO DE CRÉDITO
 DESDE _____ HASTA _____
 CLASE DE CRÉDITO _____
 DOCUMENTOS REQUERIDOS

INFORME DE CENTRAL DE RIESGOS	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
ACTIVIDAD ECONÓMICA	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
CROQUIS	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
NEGOCIO SI ES EL CASO	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>

FIRMA _____ FECHA _____
 Oficial de negocios


SE DEBE ANALISAR LA CAPACIDAD DE PAGO, LOS INFORMES DEL ASESOR JURIDICO Y DEL PERITO.


FIRMA _____
 JEFE DE CREDITO


ELABORADO LOS AUTORES	REVISADO COMITÉ DE CRÉDITO	APROBADO GERENTE GENERAL
FIRMA FECHA	FIRMA FECHA	FIRMA FECHA


Elaborado por: Los autores

ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. AUD. INT.	AUDITORÍA INTERNA	HOJA 14/24
<p>AUDITORÍA INTERNA</p> <p>OBJETIVO</p> <p>Definir los procedimientos pertinentes para la aplicación de las auditorías en el departamento de crédito de la COAC Tulcán en base al sistema de gestión de calidad.</p> <p>ALCANCE</p> <p>Debe aplicarse al sistema de gestión de calidad creado para el área de crédito.</p> <p>PROCEDIMIENTOS.</p> <p>Se debe considerar los siguientes puntos:</p> <p>EQUIPO DE AUDITORÍA INTERNA</p> <p>El comité de crédito será quien convoque la realización de la auditoría interna considerando el personal idóneo para la ejecución exitosa.</p> <p>FRECUENCIA DE LAS AUDITORÍAS</p> <p>Se debe aplicar dos auditorías en el año en base a una planificación efectuada por el comité de crédito.</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. AUD. INT.	AUDITORÍA INTERNA	HOJA 15/24
<p>REUNIÓN PARA EL INFORME DE AUDITORÍA</p> <p>En las reuniones planificadas para la consideración de los puntos que se deben tomar en cuenta para la aplicación efectiva de una auditoría deberá constar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Avances de auditorías hasta la fecha ❖ Evaluación de desempeño de los auditores ❖ Detalles varios <p>ACTIVIDADES DEL AUDITOR</p> <p>El auditor deberá encaminar su trabajo hacia la mejora de las actividades y mejor consecución de resultados siempre considerando las reuniones pertinentes para dar a conocer al comité de crédito conjuntamente con el representante de la calidad y gerente general de la institución.</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014								
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00								
MAN. PROC. AUD. INT.	AUDITORÍA INTERNA	HOJA 16/24								
<p>RESPONSABLES</p> <p>Tabla 61 Responsables</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>DOCUMENTO</th> <th>RESPONSABLE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PLAN DE AUDITORÍA</td> <td>COMITÉ DE CRÉDITO</td> </tr> <tr> <td>REGISTROS DE AUDITORÍA</td> <td>COMITÉ DE CRÉDITO</td> </tr> <tr> <td>INFORME DE AUDITORÍA</td> <td>AUDITOR INTERNO</td> </tr> </tbody> </table> <p>Elaborado por: Los autores</p>			DOCUMENTO	RESPONSABLE	PLAN DE AUDITORÍA	COMITÉ DE CRÉDITO	REGISTROS DE AUDITORÍA	COMITÉ DE CRÉDITO	INFORME DE AUDITORÍA	AUDITOR INTERNO
DOCUMENTO	RESPONSABLE									
PLAN DE AUDITORÍA	COMITÉ DE CRÉDITO									
REGISTROS DE AUDITORÍA	COMITÉ DE CRÉDITO									
INFORME DE AUDITORÍA	AUDITOR INTERNO									
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:								
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:								

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014																								
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00																								
MAN. PROC. AUD. INT.	AUDITORÍA INTERNA	HOJA 17/24																								
<p>Tabla 62 Plan de auditoría</p> <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN LTDA.</p> <p>DEPATAMENTO DE AUDITORÍA</p> <p>PLAN DE AUDITORÍAS</p> <p>DESDE _____ HASTA _____</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Nº DE AUDITORÍAS</th> <th style="width: 55%;">FECHAS DE PLANIFICACIÓN</th> <th style="width: 30%;">ALCANCE DE AUDITORÍA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr> <td>ELABORADO LOS AUTORES</td> <td>REVISADO COMITÉ DE CRÉDITO</td> <td>APROBADO GERENTE GENERAL</td> </tr> <tr> <td>FIRMA FECHA</td> <td>FIRMA FECHA</td> <td>FIRMA FECHA</td> </tr> </tbody> </table> <p>Elaborado por: Los autores</p>			Nº DE AUDITORÍAS	FECHAS DE PLANIFICACIÓN	ALCANCE DE AUDITORÍA																ELABORADO LOS AUTORES	REVISADO COMITÉ DE CRÉDITO	APROBADO GERENTE GENERAL	FIRMA FECHA	FIRMA FECHA	FIRMA FECHA
Nº DE AUDITORÍAS	FECHAS DE PLANIFICACIÓN	ALCANCE DE AUDITORÍA																								
ELABORADO LOS AUTORES	REVISADO COMITÉ DE CRÉDITO	APROBADO GERENTE GENERAL																								
FIRMA FECHA	FIRMA FECHA	FIRMA FECHA																								
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:																								
JEFFERSON BENAVIDES BYRON VILLOTA		FECHA:																								


	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. AUD. INT.	AUDITORÍA INTERNA	HOJA 18/24

Tabla 63
Informe de auditorías


COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN
DEPARTAMENTO DE CRÉDITO
INFORME DE AUDITORÍAS


Nº DE AUDITORÍAS
FECHA DE APLICACIÓN


ALCANCE	HALLAZGOS	OBSERVACIONES
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
ELABORADO LOS AUTORES	REVISADO COMITÉ DE CRÉDITO	APROBADO GERENTE GENERAL
FIRMA FECHA	FIRMA FECHA	FIRMA FECHA

Elaborado por: Los autores

ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. AUD. INT.	AUDITORÍA INTERNA	HOJA 19/24
<p>OBJETIVO:</p> <p>Detallar los procedimientos pertinentes para encontrar las causas de las falencias del SGC, para visualizar, analizar y corregir tales incorrecciones.</p> <p>ALCANCE:</p> <p>El alcance del presente manual se aplica para todo el Sistema de Gestión de Calidad.</p> <p>PROCEDIMIENTOS:</p> <p>La gestión de acciones correctivas y preventivas desempeña las siguientes fases:</p> <p>Comienzo de una acción correctiva y preventiva:</p> <p>Cualquier funcionario que identifique una falencia en el SGC, o en cualquiera de sus instrumentos, o de ser el caso la presencia de una queja por parte de un cliente, deberá empezar una acción de corrección y prevención, solicitando al representante del comité de gestión de la calidad, o gerencia general una forma o registro de acciones correctivas y preventivas.</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. AUD. INT.	AUDITORÍA INTERNA	HOJA 20/24
<p>TEMAS A TRATAR EN LAS FORMAS PARA ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS:</p> <p>Tras la recepción de una forma para acciones correctivas y preventivas el representante del comité de la gestión de la calidad o la gerencia general considerara:</p> <p>ENUNCIADO DE LA FALENCIAS:</p> <p>El funcionario que detecta la falencia llenara la forma correspondiente de una manera adecuada y señalara la causa de esta.</p> <p>El funcionario devolverá la forma al representante del comité de gestión de la calidad y al gerente general, este proceso será acompañado de la anotación debida en el registro de acciones correctivas y de prevención.</p> <p>INDAGACIÓN DE LAS FALENCIAS</p> <p>El representante del comité de la gestión de la calidad, nombrara al funcionario más idóneo para la debida indagación de la falencia, este revisara analizara y recomendara en cuanto así quiera efectuarse algún tipo de cambio en el SGC.</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

 <small>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</small> TULCÁN LTDA.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. AUD. INT.	AUDITORÍA INTERNA	HOJA 21/24
<p>El funcionario que realizó la indagación también podrá realizar recomendaciones en cuanto al uso de los instrumentos que se están aplicando en el sistema de gestión de la calidad, así como la sugerencia de temas de capacitación basado siempre en la investigación realizada, de tal forma que se mejore la operatividad del SGC, el informe que el funcionario realiza, lo entregara a l representante del comité de gestión de la calidad y al gerente general.</p> <p>DIRECCIÓN DE LA DIRECTIVA Y GERENCIAL</p> <p>Gerencia general en base al informe que emitió el representante del comité y decidirá:</p> <p>Gestionar el o los cambios necesarios en el SGC, tomando en cuenta las sugerencia y recomendaciones del informe, para ello se planificara y emitirá una fecha tope de ejecución, tal cambio se lo realizara de acuerdo al procedimiento y en control de documentos.</p> <p>La gestión de los cambios en el SGC, debe contemplar si se realizara cambios en los instrumentos siempre y cuando el cambio sea drástico</p>		
ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		



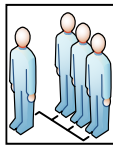


	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA: Mayo del 2014
	REFERENCIA: ISO 9001:2008	REVISIÓN: 00
MAN. PROC. AUD. INT.	AUDITORÍA INTERNA	HOJA 22/24

Tabla 64
Responsable

RESPONSABLE	
PROCESO	RESPONSABLE
	
Identificación de acciones correctivas y preventivas	funcionario más idóneo de la institución
	
decisión de la directiva y gerencial	Representante del comité de gestión de la calidad
DOCUMENTACION	
Formas para acciones correctivas	
Registros de acciones correctivas y preventivas	

Elaborado por: Los autores

ELABORADO POR	REVISADO POR:	APROBADO POR:
JEFFERSON BENAVIDES		FECHA:
BYRON VILLOTA		

5. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN

5.1. COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN

La gerencia general de la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán, provee evidencia del compromiso con el desarrollo e implantación de un S.G.C de la institución, así como el mejoramiento continuo.

Declaración Gerencial

La aprobación de nuestros productos y servicios financieros crediticios por parte de la población en la región norte del país, evidencia credibilidad, esto nos compromete a seguir por el camino de la mejora, de tal forma que la confianza de nuestros socios – clientes nos permita posicionar nuestra oferta de crédito mediante una figura de calidad y eficiencia.

Es importante emitir política de calidad por la gerencia general, misma que deberán ser conocidas, socializada, entendida e implementarla en los diferentes niveles de la institución, como normas emprendedoras y retadoras en el concepto de las operaciones y actividades.

Todos los funcionarios del área de crédito de la COAC Tulcán, están concientizados de la política de calidad, para ello será plasmada en las actividades cotidianas del giro negocio institucional, contando siempre con el apoyo de la alta gerencia, con el único objetivo de brindar productos financieros crediticios de calidad a nuestros socios en la región norte del país.

GERENTE GENERAL

5.2. ENFOQUE AL CLIENTE

El nivel corporativo establece y conserva procedimientos documentados para asegurarse de que las exigencias o requisitos del cliente se cumplan con el único fin de mejorar la satisfacción del socio/cliente.

Entre los requerimientos se incluyen:

1. Requerimientos del servicio de crédito, especificados por el socio.
2. Requerimientos del servicio de crédito no especificados por el socio.

La cooperativa de ahorro y crédito Tulcán LTDA, en el departamento de crédito se basa en las siguientes leyes y reglamentos:

1. la ley de economía popular y solidaria.
2. Ley de cooperativas.

Estatutos de la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán

Enfoque hacia el cliente

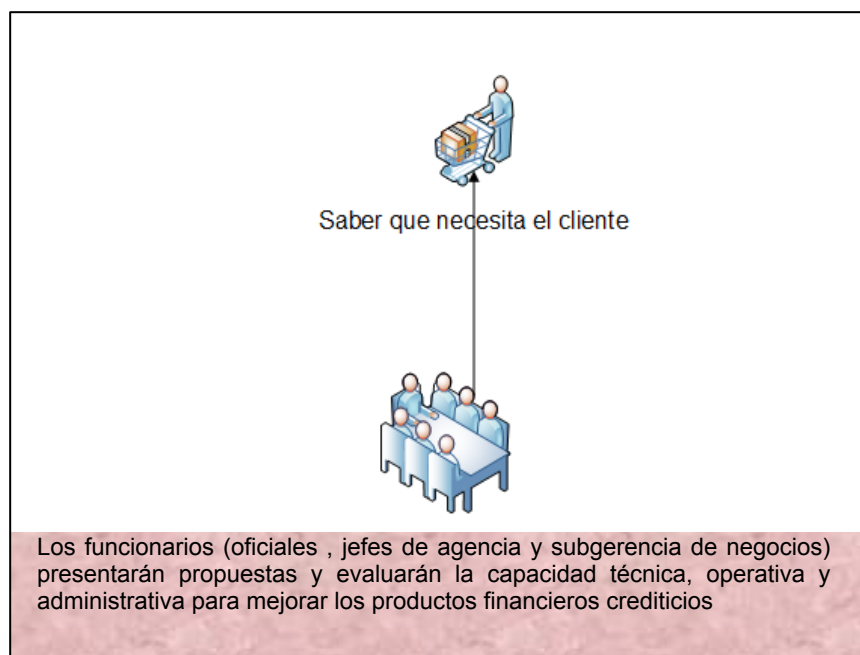


Figura 30: Enfoque hacia el cliente

Elaborado por: Los autores

5.3. POLÍTICA DE CALIDAD

El departamento de crédito deberá cumplir con las actividades diarias que satisfagan las necesidades de los socios, con una elevada vocación de servicio a los socios y clientes de la entidad cumpliendo con los siguientes principios.

- ❖ Integridad personal para cumplir con los valores éticos y esforzarse por mejores resultados.
- ❖ Creatividad e innovación para alcanzar e identificar las oportunidades de búsqueda de recursos financieros y el mejoramiento continuo cumpliendo con el sistema de calidad.
- ❖ Confiabilidad en cada uno de los elementos del sistema de gestión de calidad.
- ❖ Orientación al cliente para entenderlo de mejor manera y estar al pendiente de sus nuevas exigencias.
- ❖ Autoconocimiento para identificar los aspectos fuertes personales y explotarlos para alcanzar un beneficio personal e institucional.
- ❖ Apoyar eficazmente la toma de decisiones para la consecución de los objetivos

El departamento de crédito de la COAC Tulcán tiene como principal objetivo cumplir con las expectativas crediticias de los socios a fin de alcanzar un alto nivel de satisfacción y cumplimiento de las relaciones de negocio financiero, además busca encaminar el servicio de crédito en marco de mejora continua investigando y proponiendo estrategias que permitan la consecución de objetivos institucionales.

5.3.1. Elementos de la política de calidad

Satisfacer las necesidades de los clientes

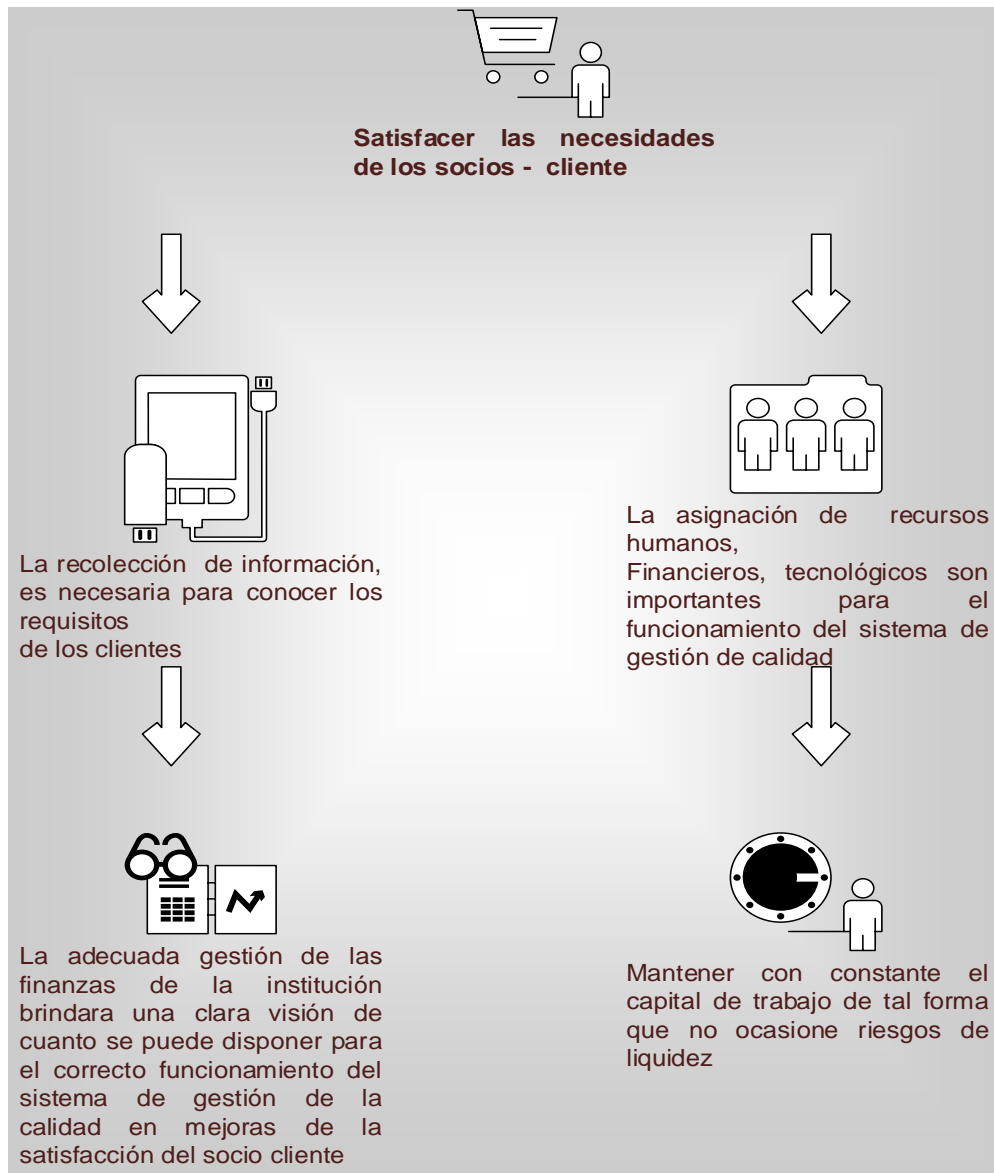


Figura 31: Satisfacer las necesidades de los clientes
Elaborado por: Los autores

Confiabilidad

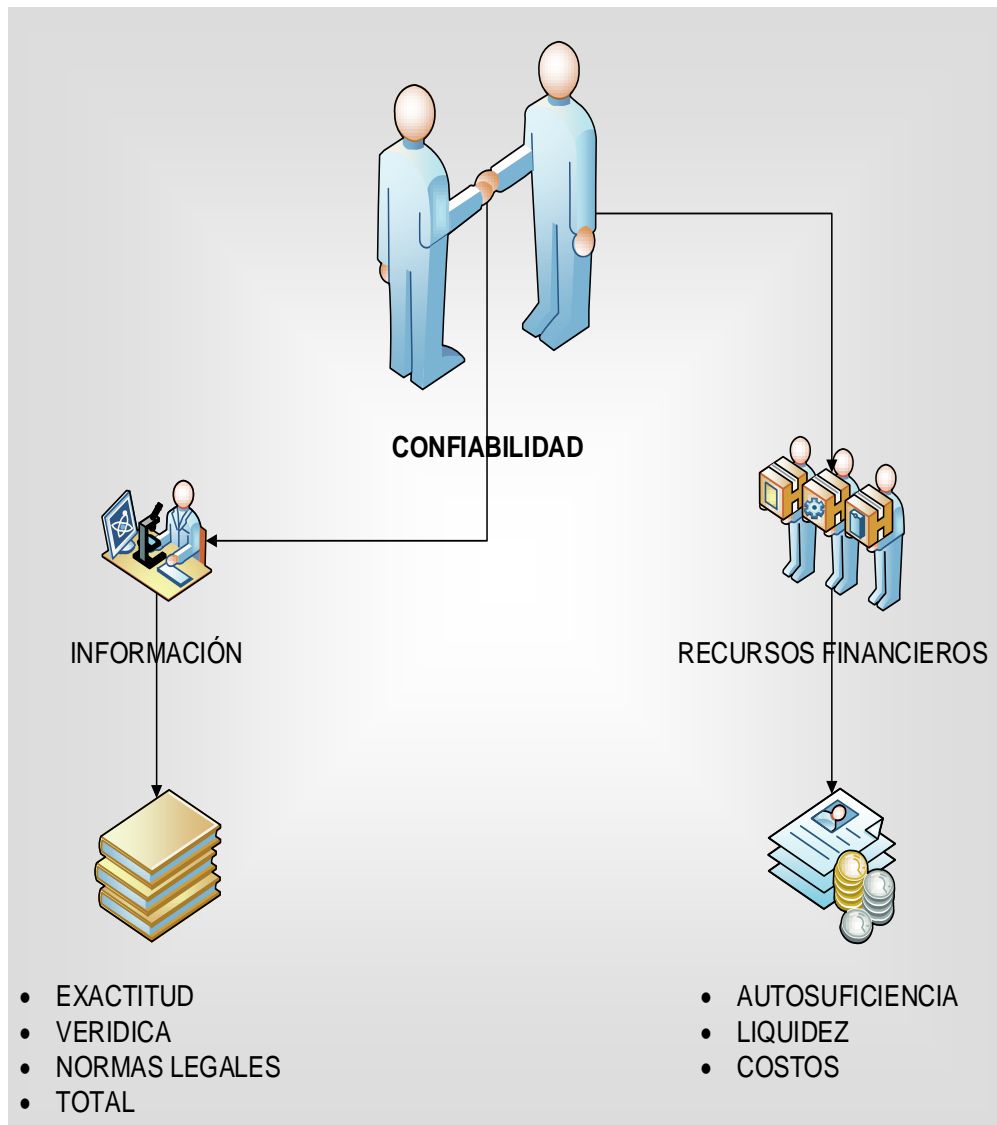


Figura 32: Confiabilidad
Elaborado por: Los autores

Oportunidad

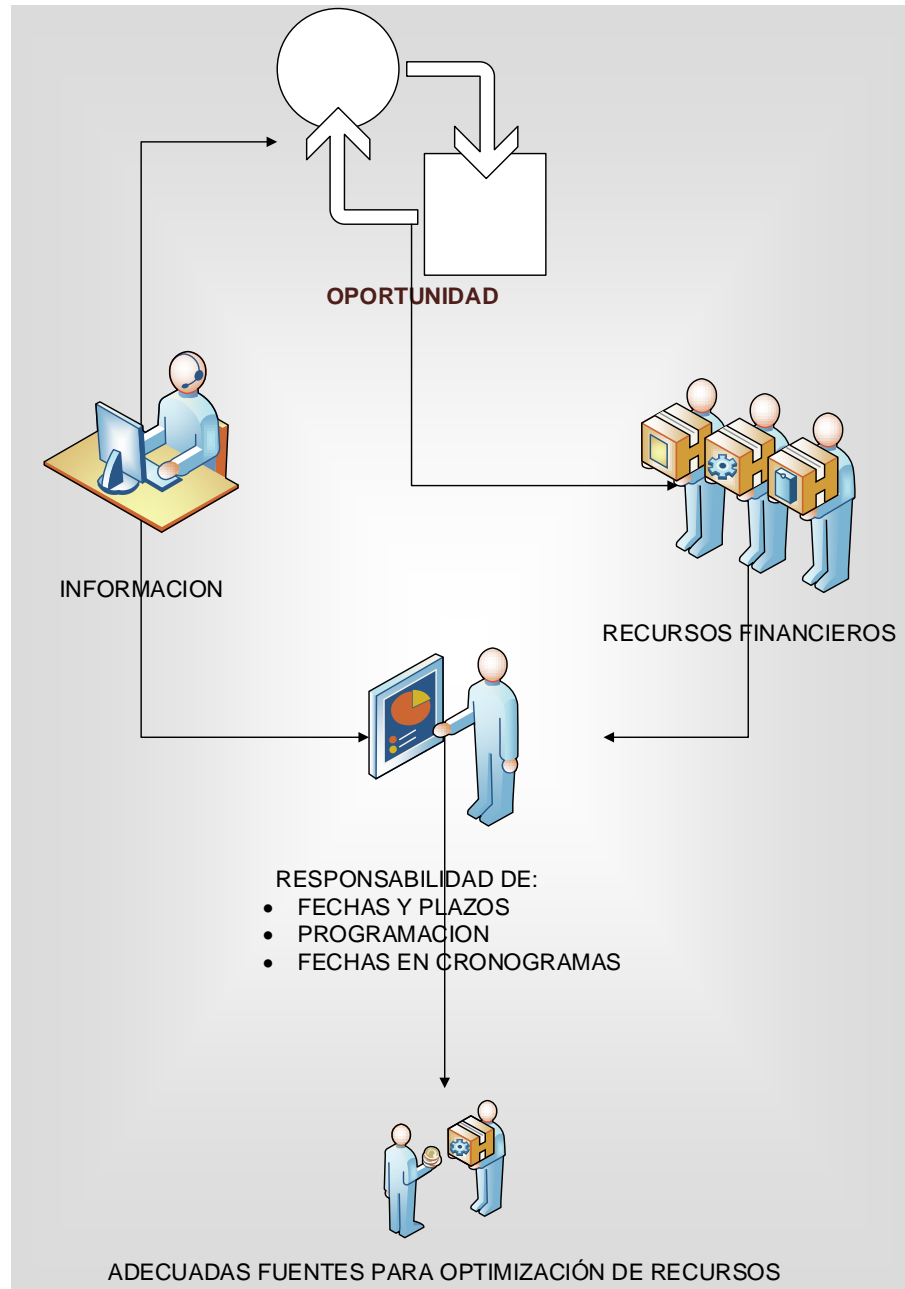


Figura 33: Oportunidad
Elaborado por: Los autores

Apoyo eficaz para el control y la toma de decisiones



Figura 34: apoyo eficaz para el control y la toma de decisiones
Elaborado por: Los autores

5.4. PLANIFICACIÓN

5.4.1. Objetivos de la calidad

Los objetivos de la calidad son el horizonte o metas hacia las cuales se direcciona todas las actividades de la organización, el área de crédito de la COAC Tulcán mediante el uso correcto de la política de calidad cumplirá sus objetivos departamentales que satisfagan al cliente y a la organización.

Los objetivos de calidad que persigue el departamento de crédito de la COAC Tulcán son:

Tabla 67
Objetivos de calidad

ELEMENTOS DE LA POLITICA DE CALIDAD	OBJETIVOS DE LA CALIDAD	INDICADORES
Satisfacer las necesidades de información del área de crédito	Proveer la información necesaria, objetiva y clara de los clientes de crédito	satisfacción de los clientes
Satisfacer las necesidades de recursos financieros para la operatividad de la institución	<ul style="list-style-type: none"> * Proveer los recursos financieros en base a un flujo de efectivo. * Proveer los recursos financieros en base al presupuesto de la cartera del área de inversiones. * Proveer los recursos financieros rediente el bloqueo de valores de los socios - clientes. 	Cumplimiento en metas de colocación y captación
Confiabilidad de la información de carácter financiero	<ul style="list-style-type: none"> * Establecer una política de seguridad que garantice en un 100% la protección de la información. * La información del departamento de crédito tiene que ser en un 100% exacta para evitar fallas operativas. 	Índice de errores por reproceso por uso de inadecuada información
Confiabilidad al momento de proveer recursos económicos	<ul style="list-style-type: none"> * Suministrar los recursos financieros en base a una planificación. * Mantener en un 100% la administración de los recursos financieros 	Índice de cumplimiento de los presupuestos colocaciones e inversiones * Costos financieros.
Oportunidad de la información	Procesar la información en plazos y fechas pactadas	Índice de entrega de los diversos informes

Oportunidad al proveer los recursos financieros	Proveer los recursos financieros en los plazos y fechas pactados.	Índice de Cumplimiento. * Costos financieros.
Apoyo eficaz para el control y la toma de decisiones	* Medir y evaluar los resultados financieros del área de crédito. * Crear indicadores de desempeño financiero del área de crédito. * Proveer la información necesaria para la planificación, ejecución y control en el uso de los diferentes recursos.	* Índice de endeudamiento. * Índice de ejecución presupuestal.

Elaborado por: Los autores

5.5. RESPONSABILIDAD, AUTORIDAD Y COMUNICACIÓN

5.5.1 Responsabilidad y autoridad

El departamento de crédito ha determinado un flujo en el que se especifica las responsabilidades en las diferentes actividades del proceso de crédito, VER ANEXO 2 SGC

La calidad es la responsabilidad de todos los funcionarios de la institución, su eficiencia dependerá del nivel de compromiso que la alta dirección logre exhortar en los integrantes del departamento de crédito, tomando en cuenta que se debe garantizar un ambiente de trabajo adecuado de armonía y bajo el ideal de la satisfacción del socio/cliente.

Una descripción más detallada de las responsabilidades del personal de la institución se encuentra en el manual de procesos de la gestión de crédito (ver capítulo 4, sección 3) de la labor de recursos humanos.

Todos los empleados que desempeñen sus labores bajo los parámetros de calidad posee la autoridad necesaria y autonomía en el interior de la institución para identificar y documentar falencias de calidad que sobrelleven a recomendar alternativas de solución preventivas acordes para la mejora continua de los procesos y el SGC del departamento de crédito de la COAC Tulcán.

A continuación se presenta un esbozo de forma general en lo referente a los deberes responsabilidades de los niveles de la institución:

Organigrama departamento de crédito

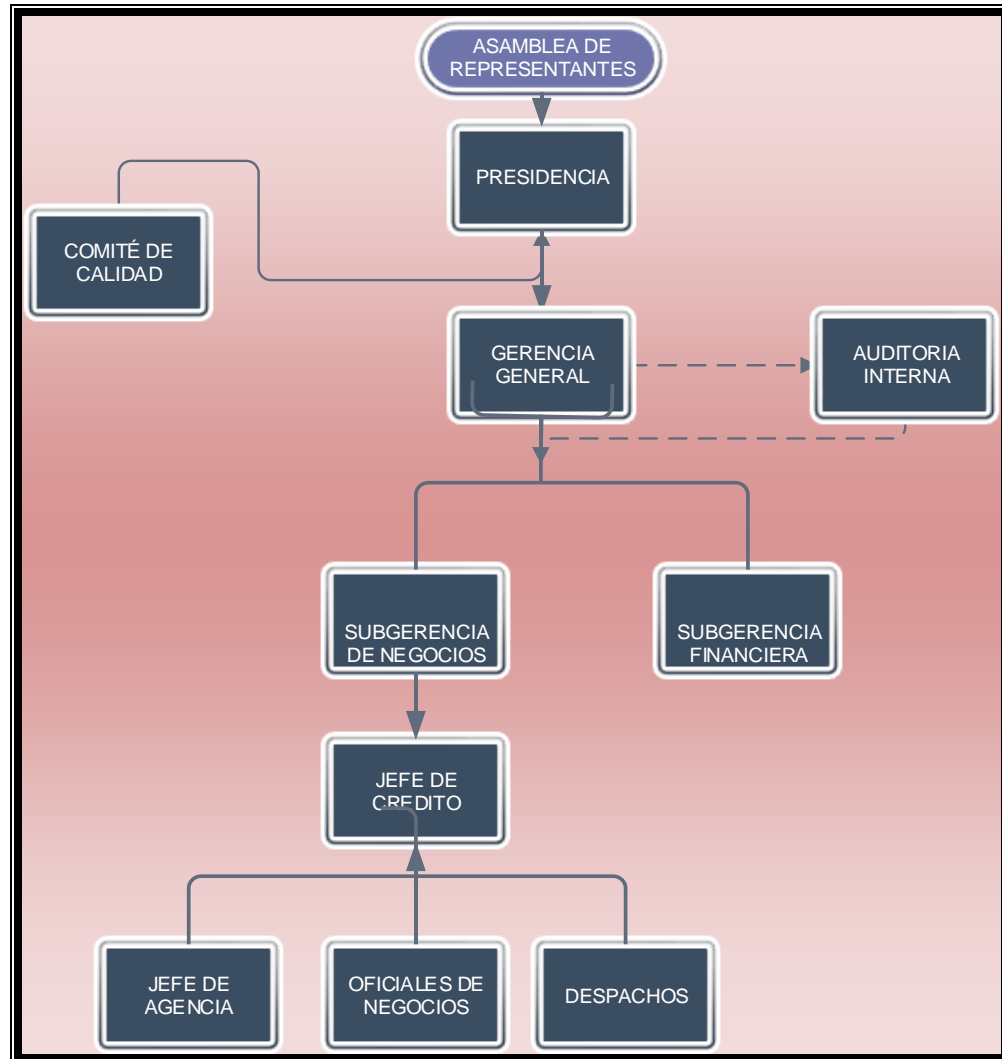


Figura 35: Asamblea de representantes
Elaborado por: Los autores

- ❖ Asamblea representantes.- la asamblea de representantes es el órgano máximo de la cooperativa, y es la encargada del funcionamiento de la misma.
- ❖ Presidencia.- Es el representante de directo de la asamblea de representantes, y en quien recae la toma de decisiones de toda la

institución.

- ❖ Gerencia General.- Es el representante legal de la Cooperativa, él que toma las decisiones importantes de la Entidad.

Es el responsable de:

1. Facultar a la persona líder que coordine la implementación del SGC.
2. Facultar las responsabilidades y grado de autoridad de las gestiones.
3. Precisar políticas, objetivos y estrategias de calidad.

Proveer de los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades relacionadas con la calidad y productividad de la organización.

Comité de calidad.- Es el representante directo de la gerencia general para instituir, documentar y custodiar el SGC.

Este se encuentra bajo el direccionamiento de gerencia general, con las siguientes atribuciones:

1. Establecer los objetivos y alternativas estratégicas de calidad.
2. Diseñar el plan estratégico de calidad.
3. Organizar la creación y la ejecución de los diversos procesos de la calidad.
4. Examinar los procesos operativos y administrativos del departamento de crédito de la COAC Tulcán
5. Encontrar puntos de control convenientes en las distintas etapas de la prestación de servicio.
6. Encontrar y examinar procesos, recursos tecnológicos y las aptitudes necesarias para el alcance de la calidad requerida.
7. Establecer una planificación de un cronograma de auditorías internas.
8. Efectuar acciones correctivas y preventivas cuando sea meritorio realizarlo.
9. Analizar, evaluar y aprobar los proveedores
10. Capacitar y socializar los diversos cambios hacia el personal.
11. Controlar los registros de calidad.

Subgerencia de Negocios.- En este departamento se compone de la subgerente de negocios, jefe crédito, y jefe de capacitaciones, y están bajo la autoridad de gerencia general y comité de calidad.

Este equipo coordinara la planificación y la ejecución de los servicios de crédito.

Jefe de crédito.- es el responsable el asesoramiento y ejecución de los servicios de crédito que se catalogan de la siguiente manera:

- ❖ Crédito hipotecarios
- ❖ Crédito de consumo
- ❖ Crédito de ahorro suficiente
- ❖ Crédito emergente
- ❖ Microcrédito
- ❖ Microcrédito empresarial.

Este colabora directamente en la ejecución del SGC, y el responsable de la capacitación y preparación del personal de crédito de la COAC Tulcán.

Como se aprecia en esta explicación de las responsabilidades el gerente general es el líder de la calidad ya que este es quien designa funciones y actividades para gestionar la calidad.

5.5.2. Representante de la dirección

El nominado por la gerencia general será el representante del comité de calidad, este implantara y mejorara el SGC, será en responsable de la calidad y comprometido con la dirección.

La autoridad que debe tener el representante de la calidad incluye los siguientes aspectos:

- ❖ asegurarse que los procesos necesarios del SGC se establezcan e implementen y mantengan.
- ❖ Comunicar a la gerencia general la marcha del SGC y cualquier alternativa de mejora.

- ❖ Garantizar que el talento humano se concientice de los requisitos del socio – cliente, para ello se requiere que todos los funcionarios inmersos en la entrega de un crédito estén involucrados.

Las personas responsables para el diseño, aprobación e implementación del MGC dispuestos por gerencia general son:

1. Comité de calidad
2. Subgerencia de negocios
3. Jefe de crédito
4. Gerencia general

5.5.3. Comunicación Interna

La gerencia general garantizará la definición, implementación de los procesos de comunicación adecuados en el interior de la COAC Tulcán, para afirmar un canal de comunicación que permita recibir la información de manera acertada, clara, precisa y en el tiempo pactado.

A través de esto se desarrolla confianza mutua entre los funcionarios de la institución, se identifica las oportunidades y se consigue información acerca del desempeño de la institución y de la eficacia del SGC, para esto se dispone de los siguientes medios de comunicación

- ❖ Charlas informales, video conferencias.
- ❖ comunicación telefónica
- ❖ Fax, correo electrónico internos
- ❖ Carteles informativos en puntos clave de la institución
- ❖ Buzón de sugerencias en áreas de atención al cliente

5.6. REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

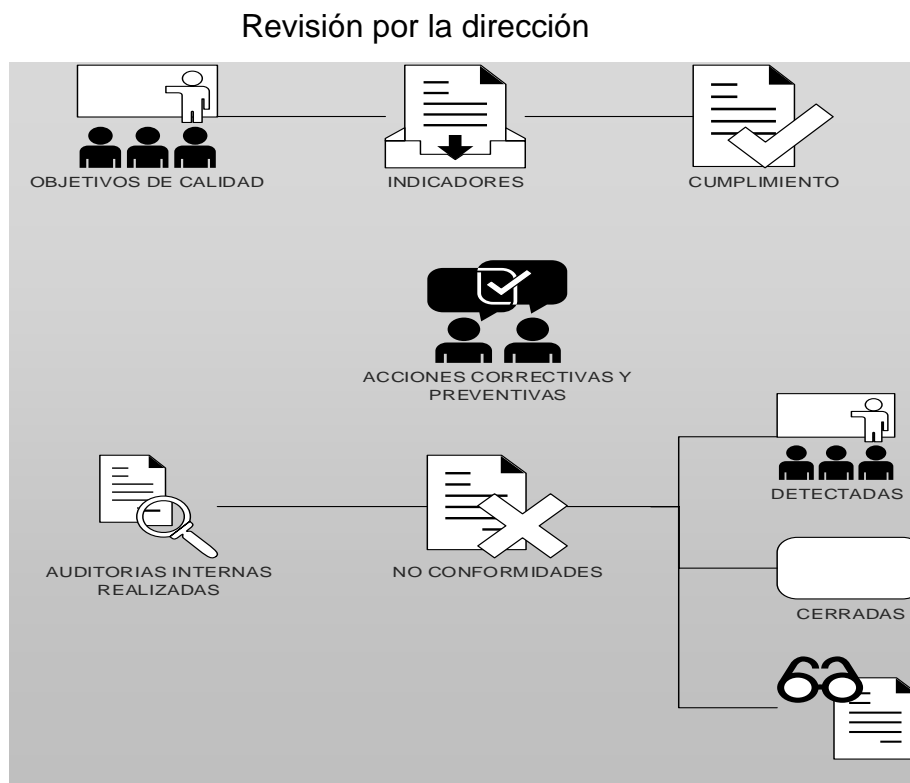


Figura 36: Revisión por la dirección
Elaborado por: Los autores

5.6.1. Generalidades

La revisión del SGC, la política y los objetivos de calidad, estarán a cargo de la alta dirección y se la deberá ejecutar de manera trimestral, manteniendo registros de las correspondientes reuniones.

En cada reunión se visualizara desde una perspectiva crítica del funcionamiento del SGC, de aquello que se ir en mejora y de lo que se i cumpliendo de la política de la calidad así como de los objetivos establecidos

Además, representa una mirada crítica del funcionamiento del SGC, de aquello que se puede mejorar y del cumplimiento de la política y de los objetivos de Calidad que se establecieron.

Se exige revisar el SGC del departamento de crédito de la COAC Tulcán para:

1. Afirmar que continúe siendo conveniente, adecuado y eficaz.
2. Establecer si se requiere de algún cambio, y
3. Establecer si existen oportunidades de mejora para el SGC.

La revisión será ejecutada en reuniones formales y presenciales en las que se emitirán informes del SGC. C.DOC. 09

El representante del comité de gestión de la calidad, luego de la aprobación y conocimiento del gerente general iniciará las acciones correctivas y preventivas conforme los requerimientos de la norma.

5.6.2. Información para la revisión

La información para efectuar la revisión de parte de la dirección se la obtiene de la siguiente fuente.

- ❖ Las auditorías internas realizadas en la institución

Revisiones exactas ejecutadas por la dirección:

- ❖ Desempeño de la institución en relación a la competencia.
- ❖ Nuevas alternativas de mejora.
- ❖ Cumplimiento de los objetivos de la calidad y acciones de mejora.
- ❖ Información provista por los socios
- ❖ Cambios elaborados a la documentación o procedimientos.

5.6.3. Resultados de la revisión

A través de la revisión del SGC la alta dirección logra establecer lo siguiente: mediante la revisión del Sistema de Gestión de la Calidad la dirección podrá determinar lo siguiente:

- ❖ eficiencia y eficacia del sistema y sus procesos.
- ❖ El desempeño de los requisitos de los servicios.
- ❖ El desempeño de los requisitos de los socios.
- ❖ La necesidad de la concesión de recursos.

Y como resultado se obtendrá:

- ❖ Mejorar el Sistema de Gestión de la Calidad.
- ❖ El mejoramiento continuo de los procesos y exigencias del servicio.
- ❖ La concesión inspeccionada de los recursos.

Los efectos de las revisiones se presentan en el acta de reunión de comité de la calidad.

6. GESTIÓN DE LOS RECURSOS

6.1. PROVISIÓN DE RECURSOS

La COAC Tulcán debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para lo siguiente:

- a) Implementar y mantener el sistema de gestión de calidad a fin de mejorar continuamente.
- b) Alcanzar una mayor satisfacción del cliente cumpliendo los requisitos.

Provisión de recursos

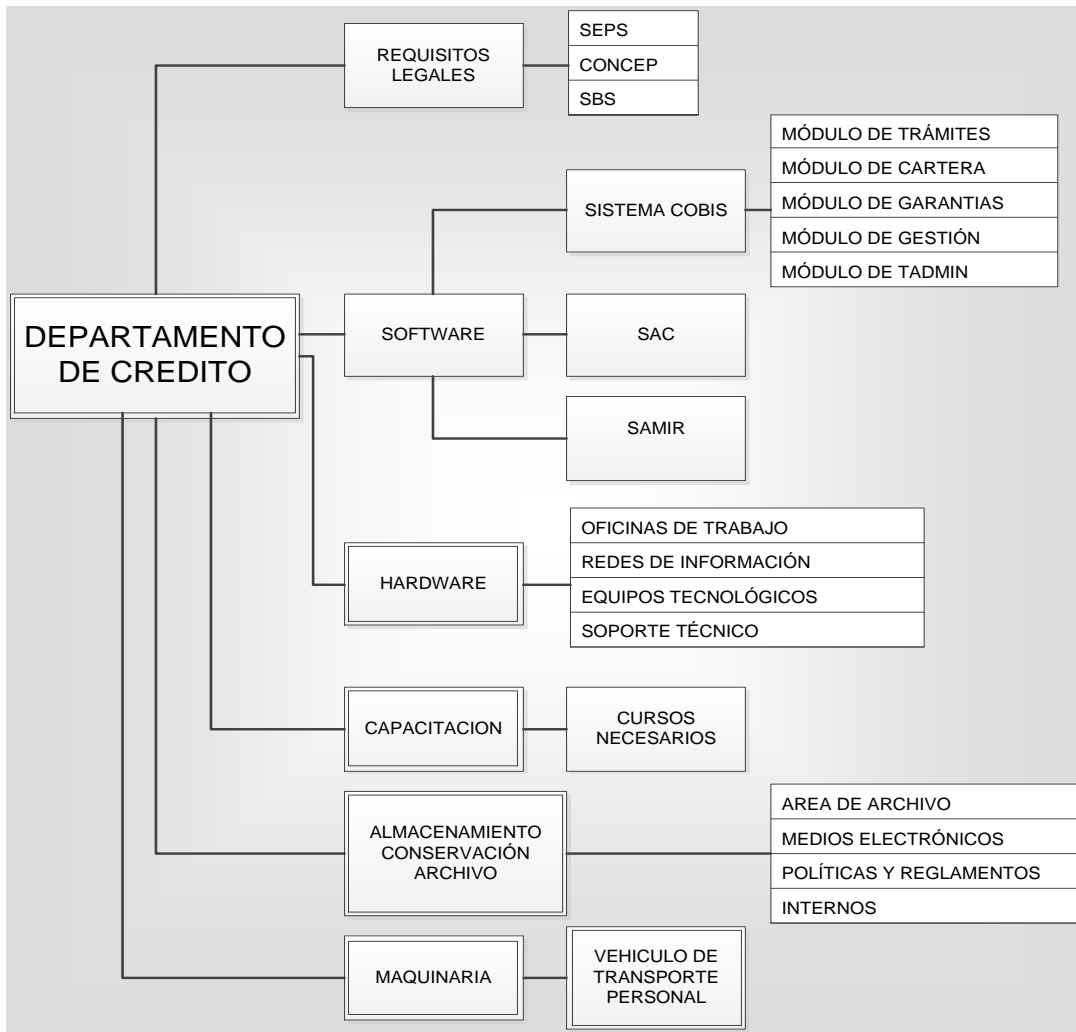


Figura 37: Provisión de recursos

Elaborado por: Los autores

6.2 RECURSOS HUMANOS

6.2.1. Generalidades

El personal que realice las tareas relacionadas a prestación de servicio de crédito debe ser calificado y tener experiencia en el ámbito laboral, además de poseer principios morales y valores éticos que permitan encaminar a la consecución de objetivos institucionales.

6.2.2 Competencia, toma de conciencia y formación

- a) COAC Tulcán debe considerar a los empleados como el elemento más valiosos y necesarios para el cumplimiento del trabajo crediticio, por ende debe realizar inversiones en capacitación y entrenamiento respectivo que permitan el fácil cumplimiento de la política de calidad, a través de la rutina de capacitación definido en C.DOC. 10 y C.DOC. 11, mismos que sirven como información de apoyo evidenciando lo siguiente:
 - ❖ Identificando la carencia de capacitación
 - ❖ Evaluación de los funcionarios y de quienes pueden afectar el proceso de calidad.
 - ❖ Técnicas o metodología de capacitación.
- b) Realizar evaluaciones periódicas que presionen al empleado hacia la actualización respectiva de la información y trabajo diario.
- c) El jefe de crédito deberá difundir periódicamente la información de crédito necesaria y promover en el empleado una cultura de conocimiento que ayude al alcance de la calidad.
- d) Realizar cursos de motivación personal que incentiven al empleado al cumplimiento efectivo del trabajo.

6.3. INFRAESTRUCTURA

COAC Tulcán debe contar con infraestructura necesaria para lograr la conformidad y exigencia de los requisitos del servicio contando con lo siguiente:

- a) Áreas de trabajo cómodas y equipos tecnológicos adecuados para dar cumplimiento al proceso de crédito.
- b) Hardware y software apropiados para la prestación del servicio.
- c) Medios de transporte e información para facilitar la comunicación cliente-empleado.

Se deberá contar con la intranet como apoyo de difusión y comunicación interna de la institución.

Infraestructura COAC Tulcán

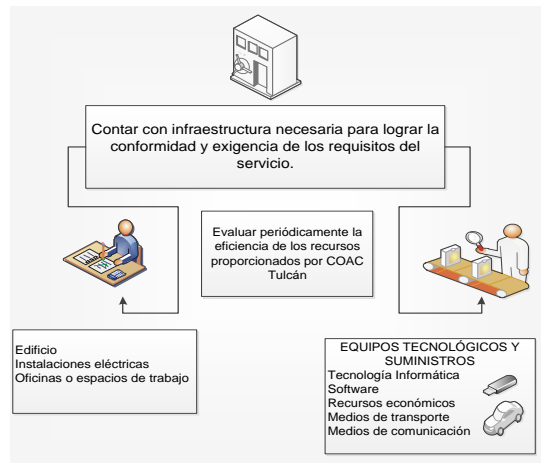


Figura 38: Infraestructura COAC Tulcán
Elaborado por: Los autores

6.4. AMBIENTE DE TRABAJO

El área de crédito de COAC Tulcán deberá contar con las condiciones de trabajo necesarias para optimizar los requisitos del producto, mismas que se mencionan a continuación:

- a) Calefactores que mejoren las condiciones climáticas y mejoren la estadía del socio.
- b) Instalaciones eléctricas apropiadas para la debida iluminación y conexión de los equipos electrónicos.
- c) Organización del material de trabajo de cada una de las oficinas o espacios que mejoren la imagen institucional.

7. REALIZACIÓN DEL SERVICIO.

7.1 PLANIFICACIÓN DE LA REALIZACIÓN DEL SERVICIO

La COAC Tulcán se basa en la planificación y desarrollo de procesos necesarios para la realización del servicio en el proceso de servucción. La realización del servicio esta afín con los requisitos de los procesos del SGC Ver punto 4.1 los puntos de planificación del servicio establece lo siguiente:

1. Objetivos de calidad que se detallan en el punto 5.4.1

2. El responsable de la realización del servicio ver el punto 7.2
3. Procedimientos establecidos en los puntos 7.4 y 7.5

Enfoque a procesos

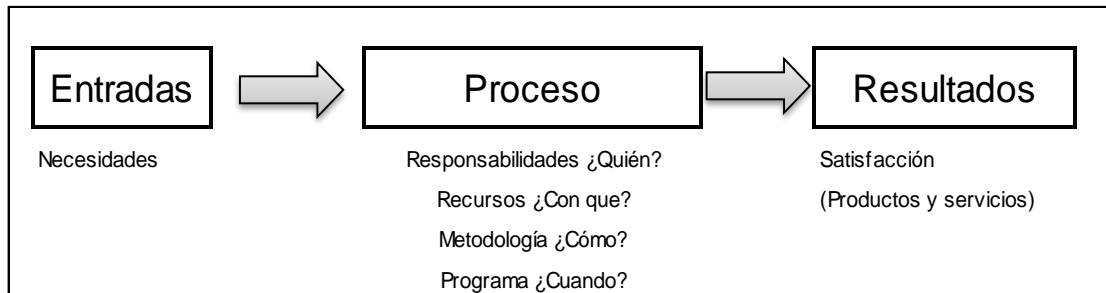


Figura 39: Enfoque a procesos

Elaborado por: los autores

Fuente: Gracia Gonzales, Mariscal Inés Brea Mármol. (2011) La nueva ISO 9001-2008. Pág. 107

7.2. PROCESOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE

El Asistente de negocios o funcionario de crédito debe crear una relación de amistad y confianza con el socio y a la vez organizar los siguientes puntos.

- a) Requisitos especificados por el cliente
- b) Requisitos no establecidos por el cliente que sean necesarios para la prestación del servicio o para uso previsto.
- c) Requisitos legales y reglamentarios establecidos por la SEPS y otras entidades fiscales involucradas en el control de la prestación del servicio.

7.2.1. Determinación de los requisitos relacionados con el servicio

La COAC Tulcán establece procedimientos para tomar en cuenta las exigencias de los socio/clientes de tal manera que el nivel de satisfacción vaya incrementando, evaluando indicadores de trabajo de los funcionarios de crédito, C.DOC. 12

7.2.2. Revisión de los requisitos relacionados con el servicio

El departamento de crédito de COAC Tulcán debe cerciorarse de que la documentación o requisitos exigidos al cliente estén completos y legalmente

aceptados esto con la finalidad de asegurar la prestación del servicio y entrega del producto.

Se exige llevar el registro de cada uno de los documentos entregados por el cliente al asistente de negocios.

Si el cliente no ha proporcionado la documentación necesaria para la solicitud del crédito el oficial de negocios debe notificar y dar a conocer al jefe de crédito del percance. MAN. PROC. C. SERV. NO CONF. ANEXO 4

Cuando se realicen modificaciones en los requisitos o exigencias reglamentarias se deberá capacitar al personal involucrado y prepararlo para estar a la par con el cliente.

7.2.3. Comunicación con el cliente

El departamento de crédito debe crear disposiciones efectivas de comunicación con el cliente como las siguientes:

- a) Información completa y detallada de los productos crediticios ofrecidos por COAC Tulcán.
- b) Apertura a las diferentes consultas de socios y clientes
- c) Considerar las quejas provenientes de los socios y clientes para someterlas a un análisis conjuntamente con el comité de crédito a fin de proponer medidas correctivas si son necesarias.

Es de vital importancia que cada uno de los requisitos exigidos al cliente sean alcanzables y se los pueda cumplir.

7.2.4. Control de la prestación del servicio.

El personal responsable de la prestación del servicio deberá conocer a cabalidad los procesos establecidos para la prestación del servicio, además de:

- a) Características del producto y sus requisitos
- b) Instrucciones de trabajo establecidas por el jefe inmediato y remitidas en forma escrita a cada asistente.

- c) Uso de equipo tecnológico apropiado tanto de información como de transporte.

7.4. COMPRAS

El representante del comité de gestión de la calidad es el responsable de la prestación del servicio, así como también el control de servicios subcontratados cumplan con los requerimientos de compra de la COAC Tulcán, basados en las exigencias anteriormente especificadas.

7.4.1. Proceso de Compras

El oficial de servicios generales conjuntamente con el jefe de crédito es responsable de:

1. Diseñar un listado de proveedores aptos, basados en razones y habilidades de un proceso de gestión de la calidad, convenientes para la institución.
2. Salvaguardar una lista de proveedores actualizada apoyada en el compromiso de corresponder a la gestión de la calidad de la institución y sus requerimientos.

Finalizar con un análisis para la óptima selección de las mejores alternativas en cuanto a proveedores que estén comprometidos con los objetivos y política de calidad y mantener la documentación en la COAC Tulcán, especificada como selección de proveedores internos (locales). MAN. PROC. C. SERV. NO CONF. HOJA 7/24

7.4.2. Información de las Compras

El oficial de servicios generales conjuntamente con el jefe de crédito es responsable de asegurar que todo lo adquirido para funcionamiento del servicio crediticio, e informar al representante del comité del gestión de la calidad ver punto 7.4.1

7.4.3. Verificación de los servicios adquiridos

Como acción de cumplimiento del SGC la COAC Tulcán, con el oficial de servicios generales, jefe de crédito y representante del comité de gestión de la

calidad, inspeccionaran lo adquirido (recursos tecnológicos, suministros de oficina), y verificaran que cumpla con las especificaciones de compras.

La verificación se la realizará en base a los procedimientos establecidos MAN. PROC. C. SERV. NO CONF. ANEXO 2

7.5. PRODUCCIÓN Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO

7.5.1. Control de la producción y de La prestación del servicio

El representante del comité de gestión de la calidad, el jefe de crédito y cualquier funcionario que afecte directamente la gestión de los procesos son los responsables de asegurar que los procedimientos estén descritos, planeados y ejecutados bajo situación de control, esto incluye;

1. Ajuste de equipo y clima laboral.
2. Empleamiento de tareas, control, monitoreo, ajuste de los procesos.

7.5.2. Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio

El oficial de negocios estará con la responsabilidad de asegurar o fijar que todo el proceso de servucción recibido no sea empleado antes de su correspondiente verificación para el cumplimiento conforme de las exigencias específicas, durante el proceso.

El representante del comité de gestión de la calidad asegurará de que cada uno de los servicios inmiscuido en los procesos estén apartados, y no sean empleados o procesados antes de su inspección.

7.5.3. Identificación y trazabilidad

Los oficiales de negocios son los encargados de salvaguardar la información proporcionada por el socio tomando en cuenta que la ubicación correcta de estos documentos debe ser un área restringida donde solamente ingrese el personal autorizado, de esta manera se lograría mantener un archivo y registro claro de cada uno de los socios a quienes se les ha proporcionado el servicio crediticio que ofrece la institución y será de apoyo laboral a futuros oficiales de negocios.

Los registros establecidos para la recepción de documentos del cliente servirán de soporte o sustento del servicio prestado que a futuro se convertirá en archivo de reconocimiento e identificación esto en base a, MAN. PROC. C. SERV. NO CONF. ANEXO 4 de los procesos realizados que sumado a los diagramas de flujo actuales se convertirán en el documento de estudio de nuevo personal, de un servicio final.

La identificación de la documentación recibida la realiza el funcionario oficial de negocios, este mantendrá registros, en el cual se identificara archivos receptados, mediante una numeración de orden secuencial.

La identificación del servicio en producción la ejecuta el funcionario oficial de negocios, y estará con la responsabilidad de garantizar que el proceso de servucción este notoriamente establecido.

Las operaciones de crédito mantendrán un número de registro secuencial que permitirá identificar todo tipo de documentación que se genera MAN. PROC. C. SERV. NO CONF ANEXO 5, los registros contemplaran hora, emplea miento de talento humano y fecha de emisión del crédito.

La gestión de trazabilidad de la COAC Tulcán en el departamento de crédito establece registros de la gestión de la calidad para cada procedimiento de servicio en producción, mediante, manuales de políticas y procedimientos con el objetivo de establecer la trazabilidad del servicio.

7.5.4. Propiedad del cliente

Cada uno de los documentos suministrados por el cliente pasará a ser responsabilidad del departamento de crédito y se someterán al análisis del comité considerando la importancia de salvaguardar cada uno de los respaldos del cliente para la solicitud del crédito, si por alguna situación cualquier documento se extravíe, se deteriore o no sea el correspondiente se deberá notificar al cliente para tomar las acciones correspondientes.

7.6. Control de los equipos de seguimiento y medición

El departamento de crédito debe contar con el módulo de cartera como respaldo de seguimiento de cartera en estado emitido, resolución y carteras castigadas a fin presionar la recuperación de dinero colocado y alcanzar el cumplimiento de metas establecidas.

El departamento de crédito mediante gestión del jefe de agencia deberá emitir el reporte o lista de créditos vencidos de forma diaria al departamento de cobranza con el objetivo de encontrar apoyo para una mayor recuperación de cartera.

El proceso de seguimiento y medición deberá también respaldarse en el departamento jurídico de la institución utilizando normativas legales que faciliten o exijan a los socios con el cumplimiento obligaciones con la COAC Tulcán.

8. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA

8.1 GENERALIDADES

El departamento de crédito de COAC Tulcán deberá guiarse en los procesos estructurados para conllevar el sistema de gestión de la calidad de tal manera que se logre lo siguiente:

- a) Demostrar conformidad con los requisitos del producto y servicio
- b) Conformidad con el sistema de gestión de calidad
- c) Mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión creado en la institución.

8.2. SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

8.2.1 Satisfacción del cliente

El departamento de crédito se respaldará de los resultados conseguidos de las encuestas aplicadas en forma trimestral, para ello buscará apoyo en el departamento de marketing de la institución lo que le permitirá el análisis y mejora correspondiente.

8.2.2. Auditoria interna

El departamento de auditoria interna de COAC Tulcán es el encargado de realizar el análisis y evaluación correspondiente del cumplimiento de procesos y actividades establecidas en el departamento de crédito y para ello se debería considerar aspectos como se describe en el siguiente gráfico. MAN. PROC. AUD. INT. ANEXOS 1 y MAN. PROC. AUD. INT. ANEXO 2.

Revisión de auditoría

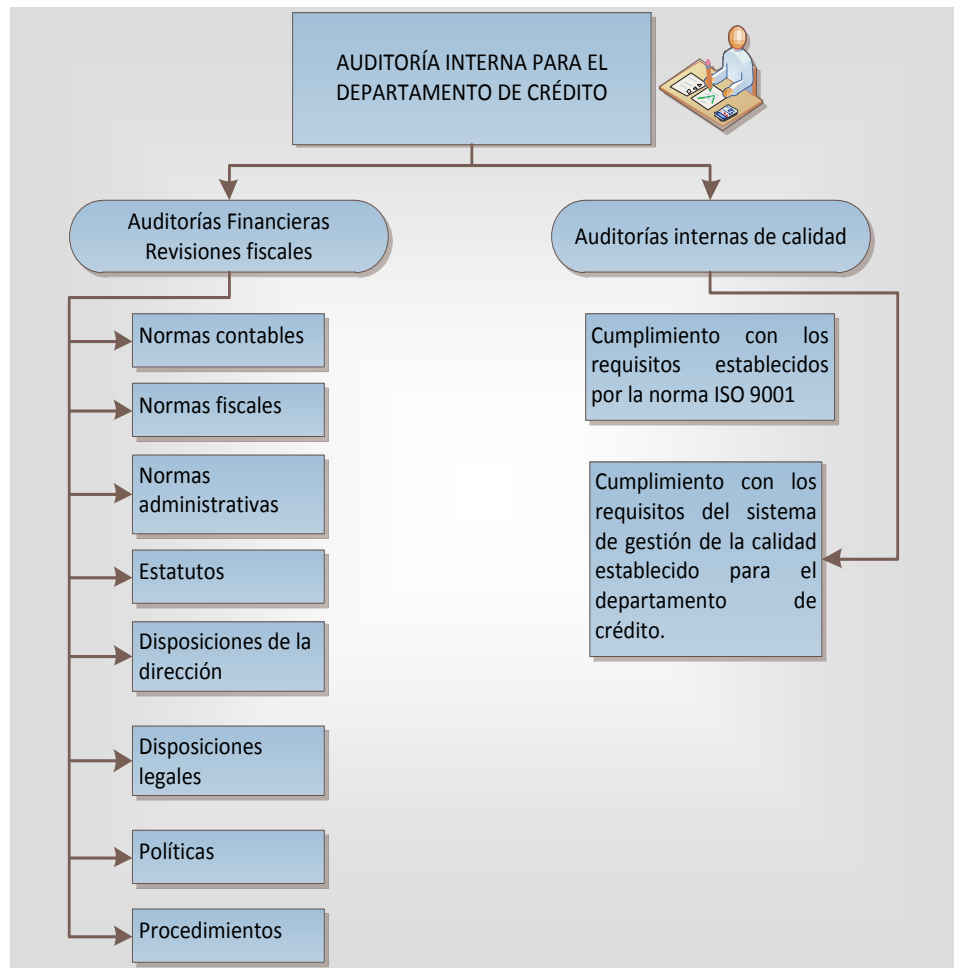


Figura 40: Auditoría interna para el departamento de crédito
Elaborado por: Los autores

El responsable de la coordinación con el departamento de auditoria será en comité de crédito de la institución y para optimizar resultados se deberá aplicar tres ocasiones en el año.

Generalidades

1. El funcionario responsable del departamento de auditoria, conjuntamente con el representante del comité de gestión de la calidad realizara una auditoria por cada trimestre de operaciones con la finalidad de comprobar la efectividad del SGC del departamento de crédito.

2. Todo componente del SGC del departamento de crédito de la COAC Tulcán, será auditado mínimo dos veces al año.
3. El equipo auditor lo conformará un consultor externo de gestión de la calidad que cumplan con conocimientos en normas ISO, representante del comité de gestión de la calidad, auditora interna y jefe de crédito.

Responsabilidades

1. El representante del comité de gestión de la calidad de la COAC Tulcán, planificará, coordinará las auditorías internas en las cuales se ejecutará las actividades siguientes:
 - a) Selección de asesores o consultores que se despeñe para actividades de auditoría de gestión de la calidad.
 - b) Optar por la opción del funcionario de la institución que desenvuelva como veedor del equipo de auditoria.
 - c) Prever la fecha de la gestión de auditoria, informando al funcionario en cargado del departamento de auditoria, y gerente general.
2. El asesor o consultor externo de gestión de la calidad llevara a cabo las siguientes actividades:
 - a) Diseño de una lista de verificación con elementos de auditoria para que reflejen el cumplimiento de los objetivos del equipo de auditoria.
 - b) Aplicar las sesiones auditorias en las fechas establecidas.
 - c) Preparar el informe de auditoría para el equipo auditor, el cual contendrá los objetivos de auditoria, alcance, y objetivos, pertenecientes a falencias o no conformidades visualizadas, así como también las debidas observaciones.
 - d) Diseñar la estructura del formato de los resultados de la gestión de auditoria de gestión de la calidad, y en el que se evidenciará las no conformidades y las acciones correctivas expuestas e incorporadas al procedimiento.

3. Resultados

- a) Cada informe emitido de auditoria preparado por el asesor de la gestión de la calidad serán revisados por la gerencia general y el comité de gestión de la calidad, con copias al jefe de crédito y jefe de jefes de agencias de las oficinas operativas auditadas.
- b) De existir no conformidades o discrepancias de la gestión de auditoria, la acción correctiva será tomada en base a un consenso con el proceso de acción correctiva del manual de procedimientos, MAN. PROC. AUD. INT ACCIONES CORR. Y PREV. 1 y 2.

8.2.3 Seguimiento y medición de procesos

El debido seguimiento y cumplimiento de procesos del área de crédito se llevará en base a los resultados conseguidos del departamento de auditoría y el responsable será el oficial de procesos de la institución.

8.2.4 Seguimiento y medición del servicio

El comité de crédito deberá buscar apoyo en departamento de marketing para realizar la contratación de personal que actúe como cliente fantasma y a su vez determine la calidad del servicio ofrecida en el departamento de crédito de COAC Tulcán, los resultados serán analizados y calificados.

Esta acción se la debe aplicar dos ocasiones en el año.

Para ello el procedimiento según MAN. PROC. C. SERV. NO CONF ANEXO 1, en el que se indica cómo llevar una no conformidad del servicio con relación a la magnitud de la supervisión del proceso de servicio

Responsabilidades

- a) Identificar el estado de la supervisión es la responsabilidad del representante del comité de gestión de la calidad. Esta tarea está expresamente establecida en el manual de procedimientos de esta área MAN. PROC. C. SERV. NO CONF. ANEXO 5
- b) En la COAC Tulcán en el departamento de crédito los funcionarios responsables de recobrar la documentación, también es el responsable de

validar mediante una sumilla o firma, los correspondientes informes de medida y supervisión adecuados, mismos que se emplearán de registros de esta actividad.

8.3. CONTROL DE SERVICIO NO CONFORME

El jefe de crédito debe solicitar al oficial de atención al cliente de la institución aquellas quejas que determinen la no calidad del servicio prestado en el área con la finalidad de llevar al comité de crédito y someter al análisis correspondiente.

Esta acción se la deberá realizar en forma trimestral, en base MAN.PROCED.C.SNC.

El proceso de revisión y de servicios no conformes de la COAC Tulcán, en el departamento de crédito es seguido por cada uno de los funcionarios que muestran o revelan las no conformidades de los archivos, para esto se opta por seguir los siguientes elementos:

- a) Cada servicio calificado de no conforme es apartado para su revisión y corrección
- b) Jefes departamentales o funcionarios responsables son consultados para determinar los puntos de revisión y utilización del producto financiero.
- c) Al identificar una acción de no conformidad (un error al momento de prestar el proceso), este será registrado en el documento pertinente, y enviado al representante del comité de gestión de la calidad

8.4. ANÁLISIS DE DATOS

El departamento de crédito de COAC Tulcán debe utilizar herramientas para el control de calidad tales como diagramas de Pareto o diagramas causa efecto que le ayude a determinar posibles problemas y sus causas y a su vez se aplique medidas correctivas para dar solución y encaminar el trabajo del departamento hacia el cumplimiento de objetivos y metas institucionales y que además cumpla satisfactoriamente con las exigencias de los socios.

8.5. MEJORA

8.5.1 Mejora continua

El enfoque hacia el cumplimiento de la política de calidad, objetivos de calidad, realización de auditorías internas y análisis de datos y acciones correctivas encaminarán al departamento de crédito de COAC Tulcán al mejoramiento continuo y minimización de errores operativos y que además incrementarán la satisfacción de los socios y clientes al brindarles servicio de calidad.

La responsabilidad de autorizar las medidas correctivas corresponde al comité de crédito quien a su vez deberá convocar al personal involucrado y dar a conocer en junta las alternativas de mejora previamente estudiadas y analizadas, los asistentes de negocios recibirán la información por escrito en sus correos internos con el objetivo de ser revisado y puesto en práctica.

8.5.2. Acciones correctivas

De acuerdo al estudio realizado en el departamento de crédito y con la elaboración de un check list creado en base a las exigencias de la norma ISO 9001 se ha logrado identificar los siguientes problemas en el área de crédito de COAC Tulcán con lo cual se propone las siguientes acciones correctivas,

Tabla 68
Acciones correctivas

PROBLEMA	POSIBLES CAUSAS	ACCIONES CORRECTIVAS
No poseen un manual de calidad para los procesos	Carencia en la delegación de funciones a personal responsable	Delegar a personal responsable y asignar un plazo determinado para la presentación de manual de calidad.
No se realiza un estudio por parte de la dirección para encaminar al personal hacia el cumplimiento de requisitos del cliente, legales y reglamentarios	Carencia de informes con posibles soluciones por parte de personal responsable	Realizar encuestas y entrevistas con la finalidad de obtener soluciones en base a requisitos del cliente y asignar al departamento de Talento Humano para que ejerza el estudio pertinente sobre aspectos legales y reglamentarios del personal institucional.
No existe un procedimiento documentado para llevar un control adecuado de los registros	Carencia de organización de procesos y estudio de los mismos	Crear una política de calidad que consiga el registro de cada una de las actividades realizadas en el cumplimiento del trabajo diario con la finalidad de establecer tiempos requeridos.
Las políticas de calidad no son conocidas por los funcionarios	Falta de difusión de políticas por medios informáticos de la institución.	Realizar evaluaciones periódicas y capacitaciones que encaminen al personal a una cultura de conocimiento de políticas y procedimientos institucionales que permitan mejorar el cumplimiento de labores y prestación del servicio al cliente.
Los productos financieros no fueron desarrollados en base a una política de calidad	Falta de planificación para elaboración y creación de productos financieros.	Crear una política de calidad que respalde la elaboración de productos y servicios financieros y que además exija una retroalimentación de procesos a fin de eliminar fallas en un mayor porcentaje y ofrecer al mercado un producto de óptimas condiciones y características satisfactorias.
No se realiza una medición de la satisfacción que proporciona cada uno de los productos financieros	No existen políticas que respalden el seguimiento post venta	Exigir al personal responsable de procesos la creación de una política de calidad que exija el estudio de satisfacción del cliente en cuanto a los productos y servicios ofertados y para ello deberá utilizar técnicas de investigación.
Los productos financieros no son evaluados y medidos según las características naturales de estos	Carencia de conociendo de funcionamiento y características del producto.	Capacitación masiva sobre productos y servicios de la institución.

La institución no cuenta con equipos para realizar seguimiento de sus productos	altos costos en adquisición de tecnología	Contratación de personal que se encargue del estudio de mercado y seguimiento de satisfacción del cliente en base a los productos y servicios adquiridos.
No existe un control para cada producto financiero	deficiente planificación y capacitación al personal involucrado	Establecer indicadores que determinen la cantidad y calidad de cada producto financiero y a través de ello realizar análisis periódicos para encaminar al mejoramiento continuo.
La institución no posee requisitos base para medir la satisfacción de sus socios clientes	No existe análisis de productos post venta	Medir la satisfacción del cliente a través de técnicas investigativas.
No se realiza un adecuado análisis de los productos Pre venta	Deficiente planificación e investigación en la elaboración de productos.	Desarrollar productos financieros pre aprobado por el cliente y para ello se deberá realizar estudios de mercado previos a la creación del producto.
No hay un seguimiento de los productos Post venta	Carencia de políticas que respalden el seguimiento post venta	Delegar funciones para analizar el mercado de productos financieros y obtener resultados para aplicarles medidas correctivas.
No se analiza la satisfacción de los socios clientes en cada uno de los productos	Carencia de estudios de mercado con mayor frecuencia.	Investigación de mercado.
No se realiza un adecuado seguimiento de satisfacción del cliente para la mejora del servicio o los productos	no se optimiza la información obtenida de estudios anteriores	Aplicación de técnicas investigativas.
No se analizan datos de las características de los productos para mejorar la calidad	no existen encuestas aplicadas a los clientes para determinar nivel de satisfacción con el producto adquirido	Aplicación de técnicas investigativas.
No existe recolección de datos en lo referente a inconformidades del servicio o producto	Carencia de retroalimentación en la elaboración de productos.	Aplicación de técnicas investigativas.
En caso de inconformidad no se analizan las causas para la debida corrección	deficiente gestión y análisis de procesos	Delegar a personal responsable la tarea de análisis de cada una de las falencias o inconformidades del cliente para convocar a reuniones internas y proponer medidas de mejora.
No se aplican medidas de corrección para las anomalías que se presenten en el producto o servicio	deficiente gestión y análisis de procesos	Asignar funciones de mejora continua en base a un análisis previo de causas de inconformidad.

No existe un sistema de comunicación interno apropiado y eficiente	clima laboral inadecuado y procesos burocráticos	Crear un mejor ambiente laboral mediante el incentivo al cliente interno y para ello se deberá realizar actividades de interacción personal y trabajo en equipo.
Las oportunidades de mejora no son analizadas y evaluadas	carencia de lluvia de ideas y acogimiento de opiniones de los empleados	Considerar las opiniones de los empleados y someterlas a un análisis para mejorar la calidad del producto y servicio, para ello se deberá contar con la presencia de personal de procesos y talento humano.
No existe un análisis de auditoría en cada uno de los procesos	Carencia de auditorías periódicas y análisis deficiente.	Exigencia de auditorías periódicas que encaminen a la mejor productividad y satisfacción del cliente.
La secuencia de procedimientos no permite comodidad del cliente	Procesos burocráticos y mal establecido.	Simplificación de procesos con la finalidad de mejorar la satisfacción del cliente y agilidad del servicio.
No existen opciones de mejora propuestas por los miembros de la organización	comunicación vertical y clima laboral inadecuado	Exigir al personal involucrado el incremento de creatividad y propuestas de mejora para someterlas a un análisis y considerar aspectos clave de mejora.
Las áreas de trabajo no cuentan con un espacio considerable y cómodo para el socio y cliente	No existe una adecuada distribución de los puestos de trabajo y espacios pequeños.	Readecuación de las áreas de trabajo.
No posee tecnología apropiada y suficiente para la prestación del servicio	Altos costos en adquisición de tecnología	Considerar un presupuesto anual para la actualización informática y herramientas de calidad para la prestación del servicio.
No existen servicios de apoyo tales como transporte, comunicación o sistemas de información	Carencia de políticas de respaldo y procesos mal establecidos.	Considerar el transporte y comunicación como aspectos clave de mejora y asignar al personal involucrado en la prestación del servicio.
No se aplican principios y valores morales en el desempeño de actividades	Clima laboral inadecuado.	Cursos de motivación personal.

Elaborado por: Los autores

ANEXOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD (SGC)

ANEXO 1 DEL SGC FUNCIÓN FINANCIERA



Figura 41: Anexo 1
Elaborado por: Los autores

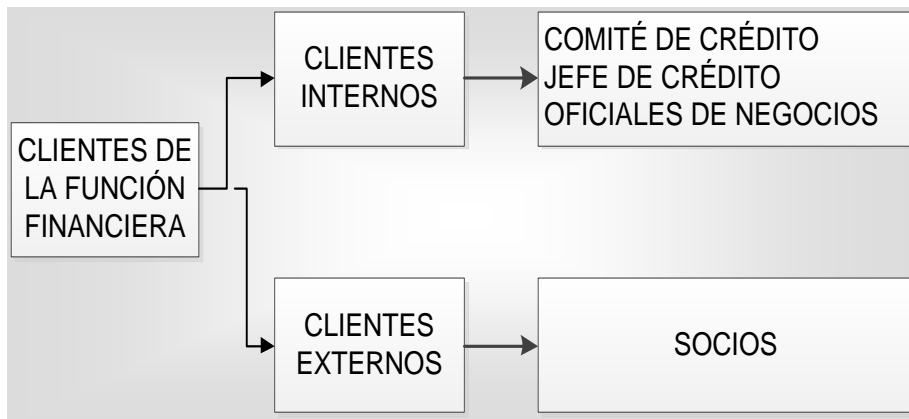


Figura 42: Anexo 1
Elaborado por: Los autores

ANEXO 2 DEL SGC

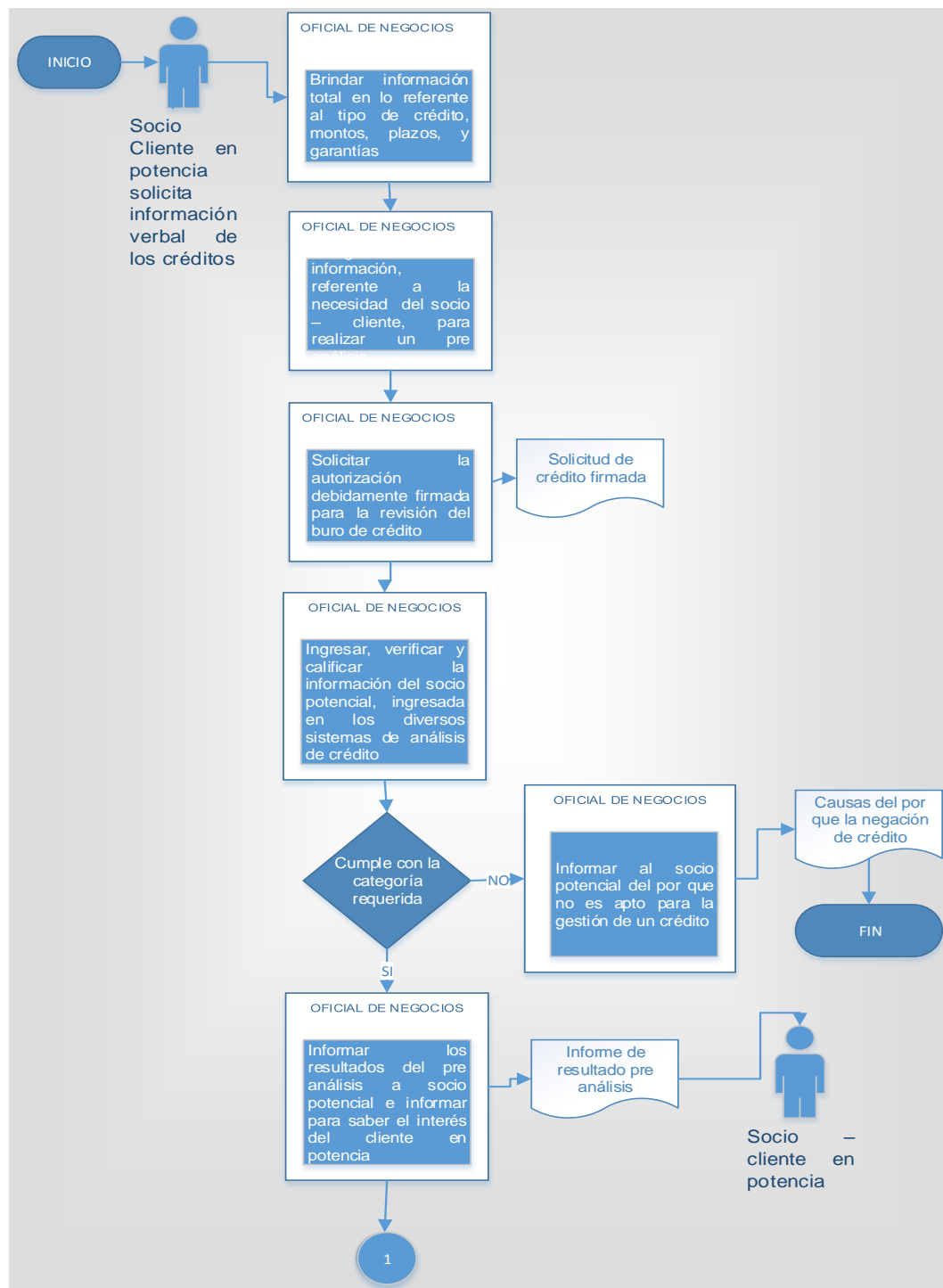


Figura 43: Anexo 2 Etapa 1
Elaborado por: Los autores

ANEXO 2.1 DEL SGC ETAPA 2

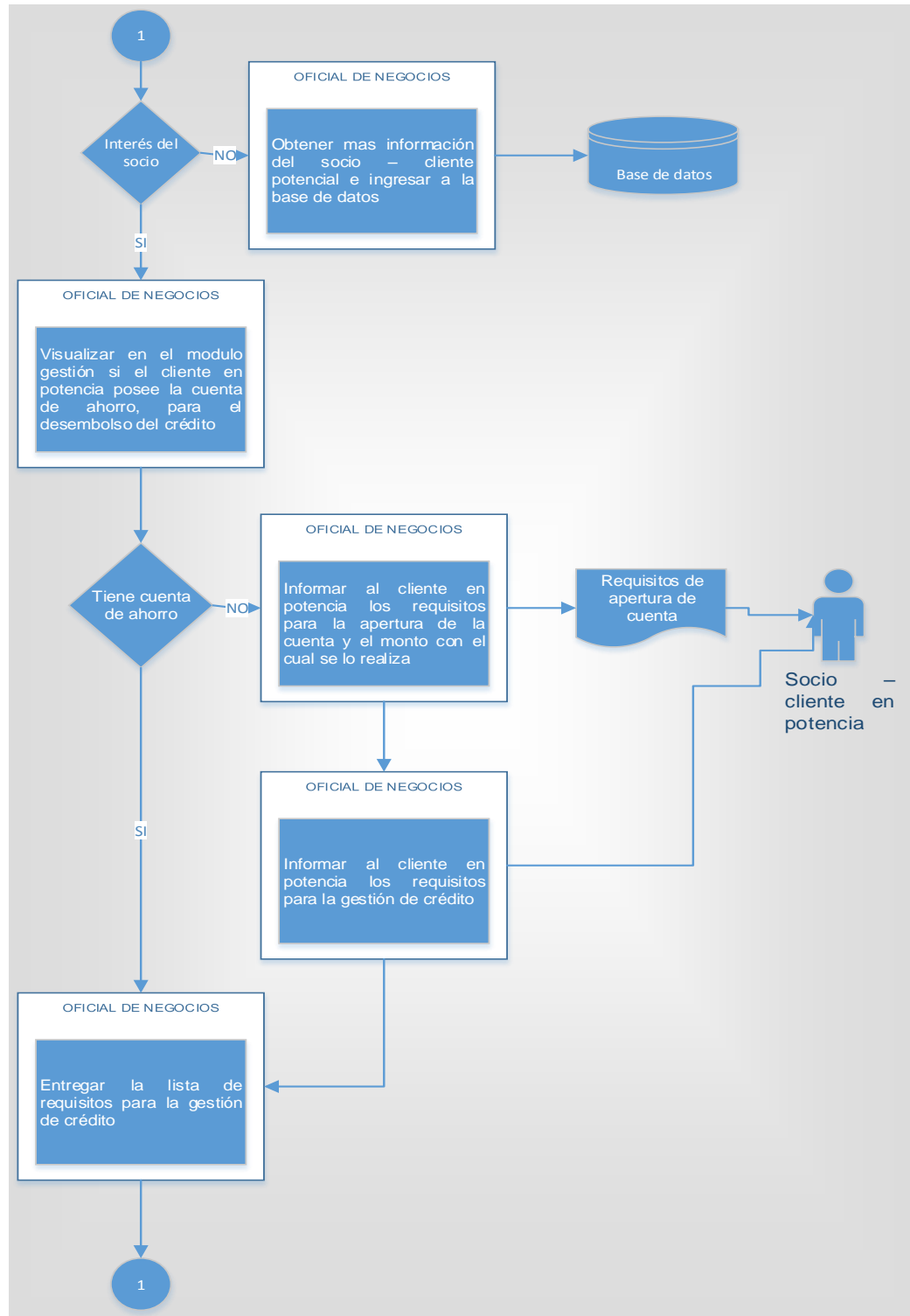


Figura 44: Anexo 2.1 Etapa 2
Elaborado por: Los autores

ANEXO 2.2 DEL SGC ETAPA 3

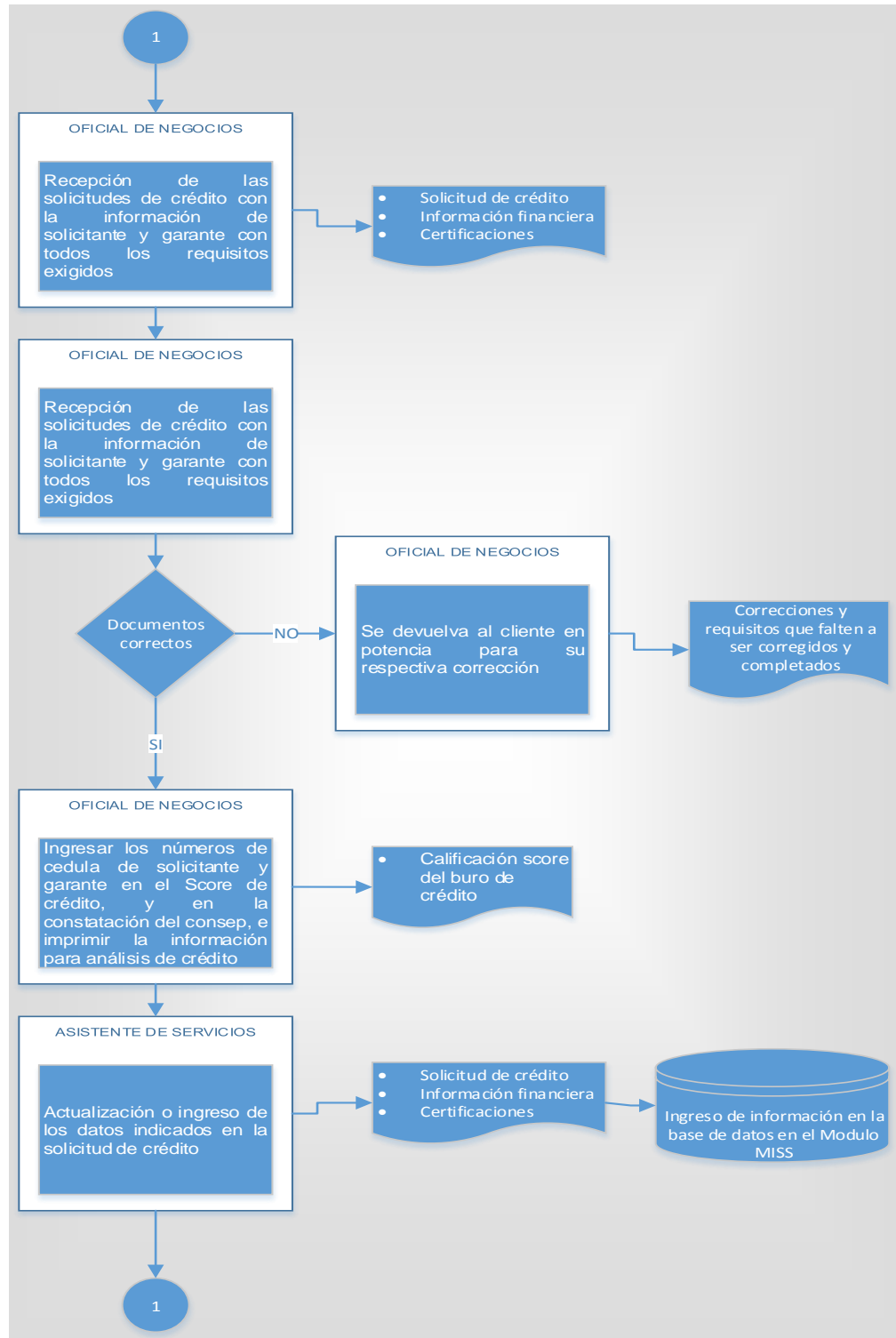


Figura 45: Anexo 2.2 Etapa 3
Elaborado por: Los autores

ANEXO 2.3 DEL SGC ETAPA 4

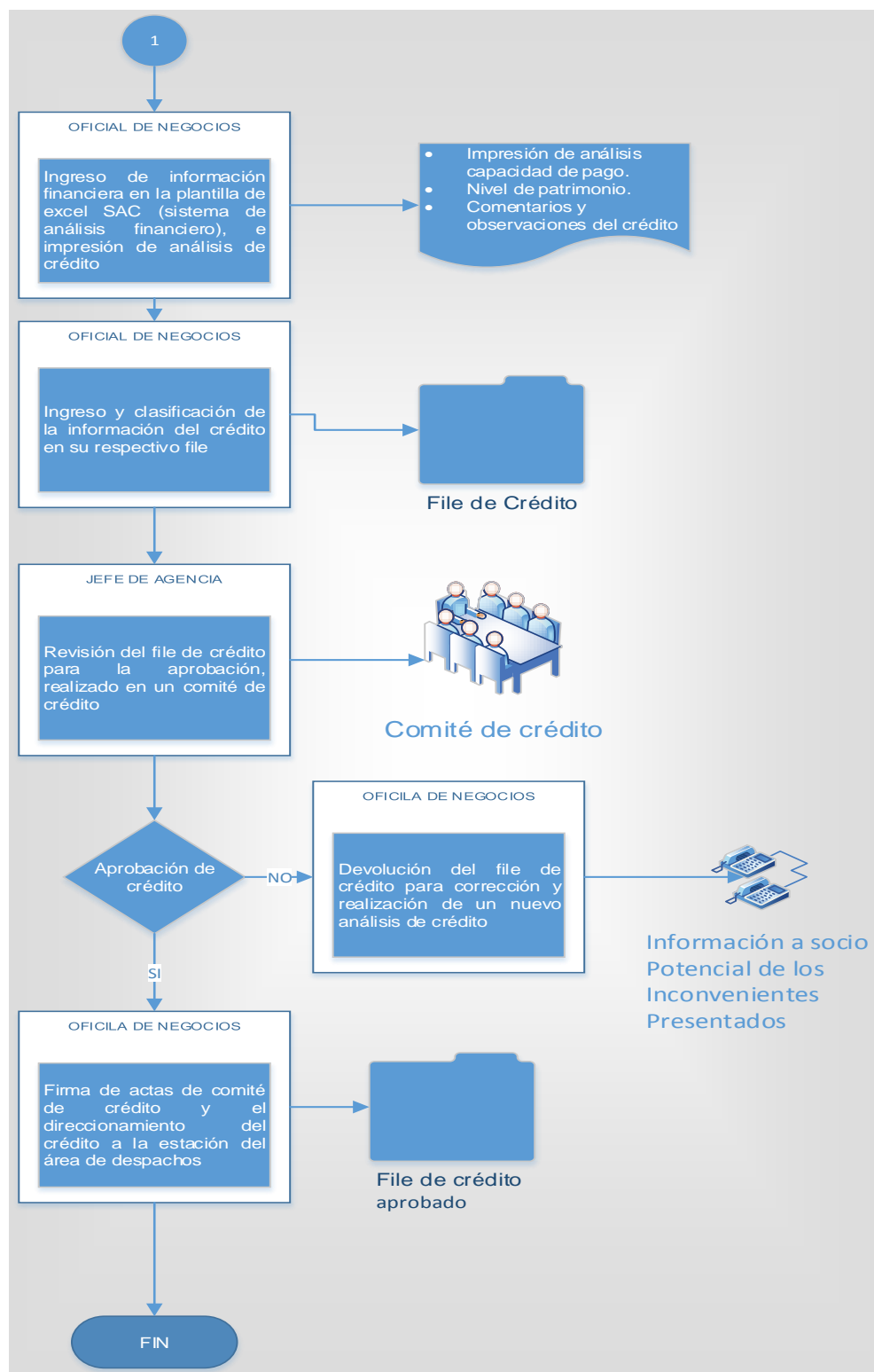


Figura 46: Anexo 2.3 Etapa 4
Elaborado por: Los autores

ANEXO 3 DEL SGC

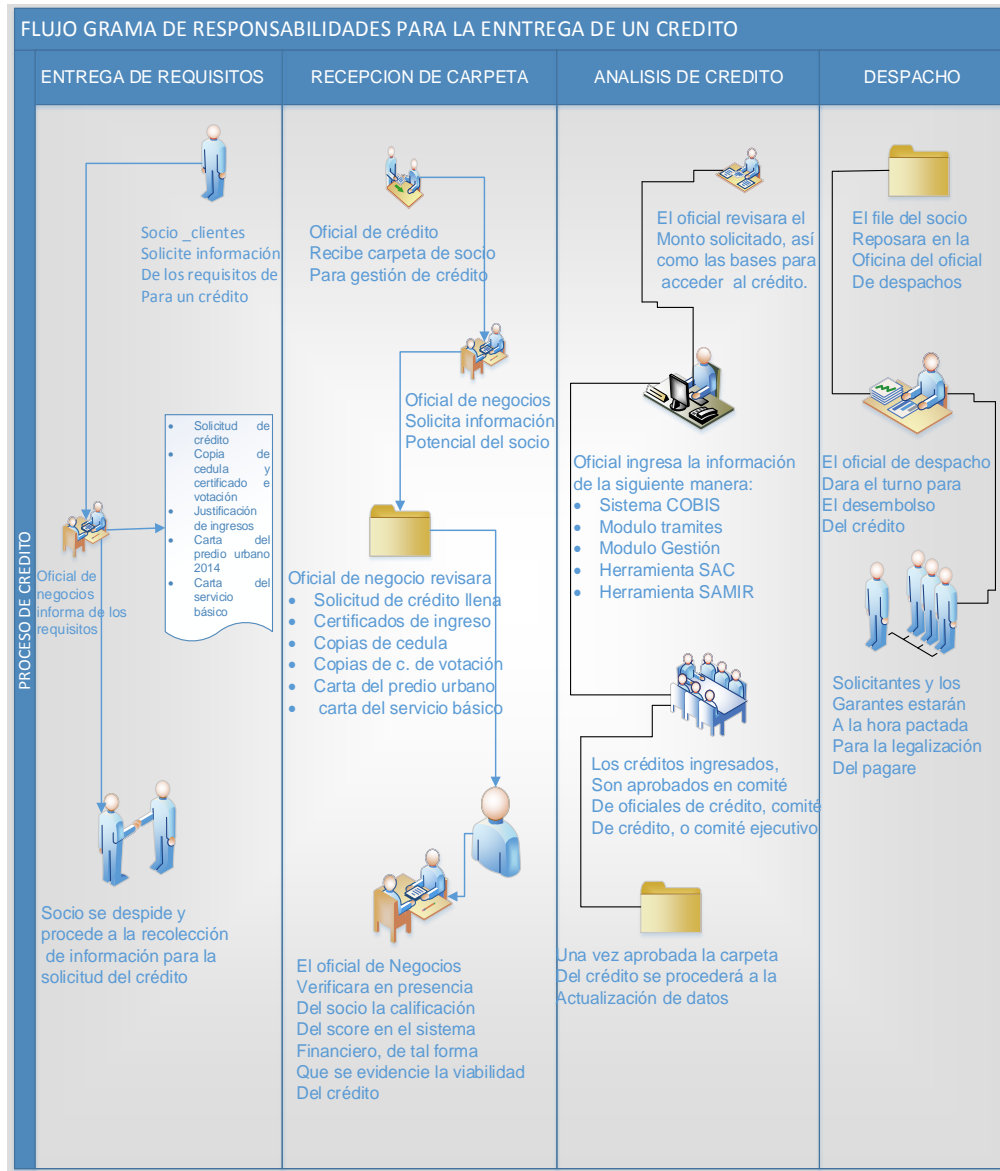


Figura 47: Anexo 3
Elaborado por: Los autores

ESTRATEGIAS DE MARKETING

5.5.2. Situación del marketing actual

Tabla 69

Estrategias de posicionamiento

Cooperativas de ahorro y crédito	Estrategias de posicionamiento	Descripción
Coop. Tulcán	El centavito ganador	Producto dirigido a los niños hasta los once años.
Coop. Pablo Muñoz Vega	Pablito ahorrador	Producto dirigido a los niños hasta los once años.
Coop. 29 de octubre	Tarjeta de débito y seguros	Compras en los principales autoservicios.

Elaborado por: Los autores

ESTRATEGIAS DE CALIDAD

Tabla 70

Estrategias de calidad

Cooperativas de ahorro y crédito	Estrategias de Calidad	Descripción
Coop. Tulcán	Atención rápida y satisfacción del cliente.	Permanencia del personal en su puesto de trabajo.
Coop. Pablo Muñoz Vega	Personal con perfil adecuado	El personal que atiende en ventanilla es capacitado.
Coop. 29 de octubre	Personal con perfil adecuado	El personal que atiende en ventanilla es capacitado

Elaborado por: Los autores

ESTRATEGIAS DE PROMOCIONES

Tabla 71

Estrategias de promociones

Cooperativas de ahorro y crédito	Estrategias de promociones	Descripción
Coop. Tulcán	Fechas especiales del año	Ofrecer boletos, trípticos y premios directos congelando dinero en efectivo.
Coop. Pablo Muñoz Vega	Fechas especiales del año	Ofrecer boletos y premios directos congelando dinero en efectivo.
Coop. 29 de octubre	Fechas especiales y sorteos	Se entrega boletos sin congelamiento del dinero.

Elaborado por: Los autores

5.6 Estrategias de Marketing (VER ANEXO 11)

5.6.1 Estrategia de vacaciones con mi familia

Objetivo. Incrementar el nivel de ahorro en los socios/clientes de la institución, a través del bloqueo del depósito del dinero en efectivo.

Objeto. El objeto de la estrategia es para el incremento de liquidez en la institución.

Justificación.- Esta estrategia de viaje se lo realiza con la finalidad de mejorar la estabilidad económica de los socios y clientes, a través de intereses ganados y premios asignados.

Desarrollo.- Para la realización de esta estrategia debe existir predisposición por parte del socio/cliente para congelar su dinero en la institución y con ello recibir boletos que le permitirán participar en los sorteos de viajes a los principales puntos turísticos del Ecuador, con todos los gastos pagados por el lapso de tres

días. Además de beneficiarse con el interés generado por el monto bloqueado ya sea en productos de ahorro programado o a término fijo.

Procedimiento.

- 1.- El socio cliente se acerca a la ventanilla a realizar el depósito respectivo
- 2.- El recibidor pagador receipta el efectivo y promociona el producto.
- 3.- Acuerdo de las dos partes
- 4.- Revisar bases mínimas del cliente
- 5.- Ingresar el depósito en el módulo atx
- 6.- Realizar el bloqueo en el módulo tadmin.
- 7.- Entrega de boletos en módulo boletos

8.- Firma y entrega de cliente.

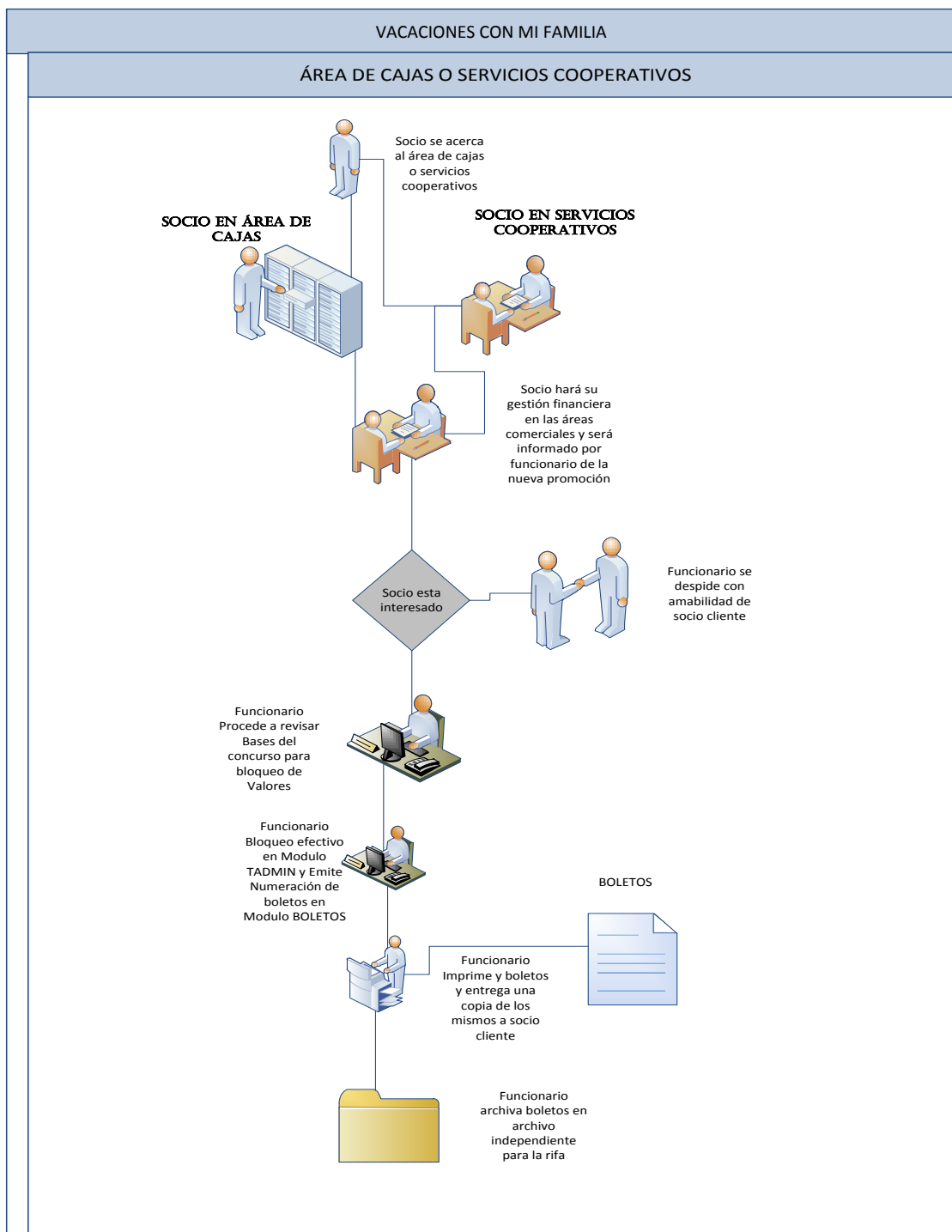


Figura 48: Vacaciones con mi familia
Elaborado por: Los autores

5.7.- Estrategia de crédito rural (VER ANEXO 15 Y 16)

Objetivo. Incrementar participación en el mercado de la institución por medio de la apertura de cuentas y asignación de créditos al sector campesino.

Objeto. Incentivar la producción agrícola y ganadera en el sector campesino en la zona rural de una manera personalizada.

Justificación.- Con la asignación de créditos al sector campesino y ganadero se dinamizará la economía del sector rural y se incrementará la cuota del mercado de la institución.

Desarrollo.- La presente estrategia se enfoca a la creación de un nuevo producto financiero que consiste en la visita personalizada a campesinos y ganaderos de la provincia del Carchi con la finalidad de realizar agrupaciones a quién dirigir micro créditos en la modalidad de garantías solidarias con una tasa de interés establecidas en la ley.

Procedimiento.

- 1.- Asignación de un oficial de crédito especializado en áreas comunales.
- 2.- Establecer hoja de ruta para las respectivas visitas
- 3.- Capacitación a diferentes comunidades sobre el nuevo producto crediticio
- 4.- Conformación de los grupos
- 5.- Establecimiento de directiva
- 6.- Fijación de un nombre para el grupo solidario
- 7.- Recepción de solicitudes y demás requisitos
- 8.- Verificación de la información y direcciones del grupo solidario
- 9.- Análisis de crédito
- 10.- Comité de crédito
- 11.- Aprobación de crédito
- 12.- Reunión con el grupo para firma de pagaré
13. Despacho de crédito
14. Establecimiento de lugar y fecha apropiado para la recaudación

Proceso de microcrédito rural

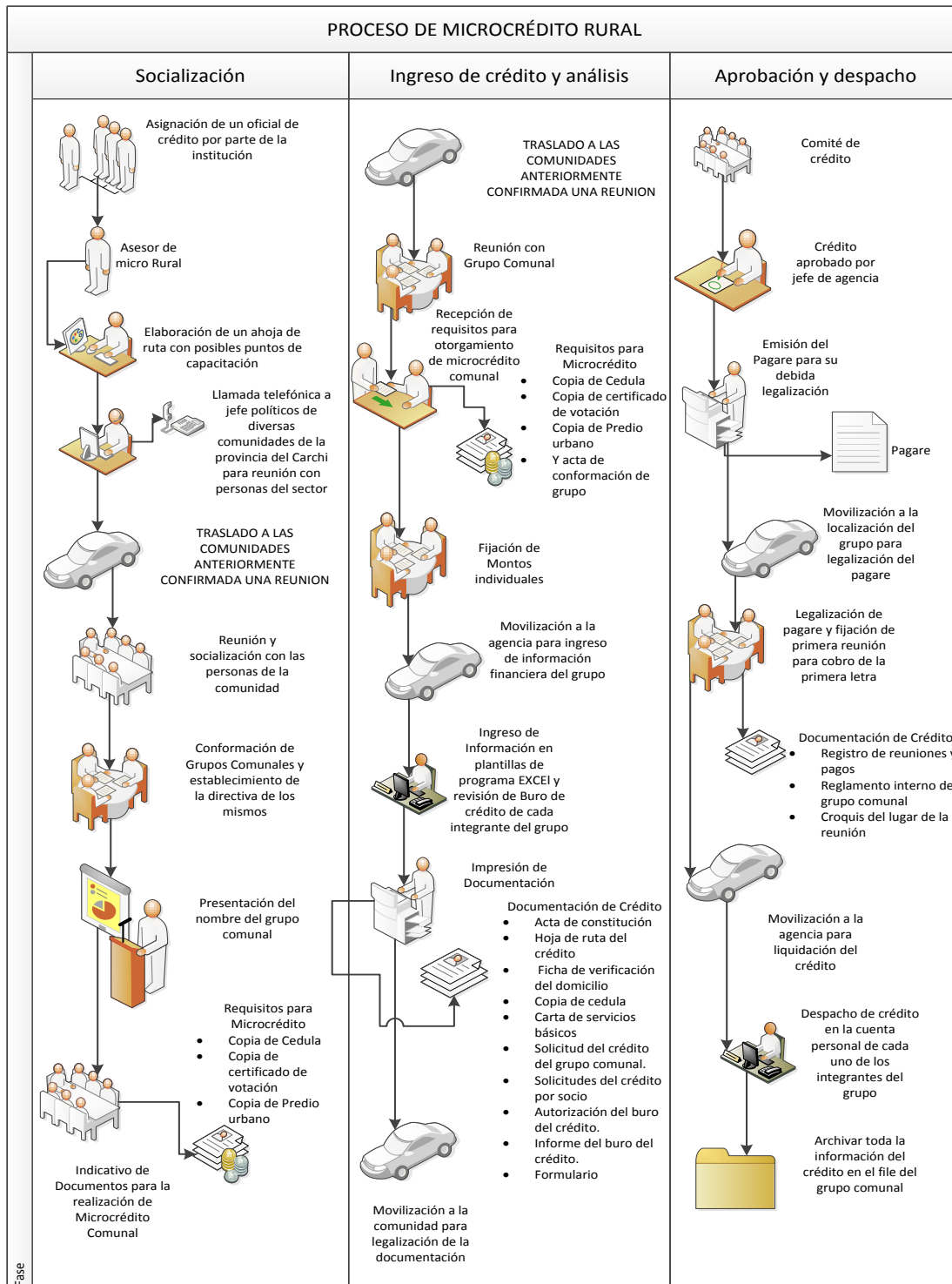


Figura 49: Microcrédito rural
Elaborado por: Los autores

Tabla 73
Presupuesto estrategia de crédito rural

PRESUPUESTO		
CONCEPTO	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
ALIMENTACIÓN (Para tres días en semana)	\$ 180,00	\$ 720,00
TRANSPORTE (combustible)	\$ 120,00	\$ 480,00
PLAN CELULAR (internet, minutos, equipo celular)	\$ 268,80	\$ 1.075,20
OTROS GASTOS (mantenimiento vehículo)	\$ 36,00	\$ 144,00
TOTAL	\$ 604,80	\$ 2.419,20

ESTRATEGIA		
META:	\$ 210.000,00	\$ 840.000,00
INTERES INGRESO		
2.5% MENSUAL		
MONTO 1500 usd por persona	105 personas	420 personas
Plazo 2 años		
Ingresos	228964,05	
Gastos	2419,2	
Depreciación	286,72	
Utilidad	226258,13	
Depreciación	286,72	
Flujo neto de caja	226544,85	

Elaborado por: Los autores

Tabla 74
Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	AMORTIZACIÓN	CUOTA	INTERÉS	SALDO
0	-	-	-	1500,00
1	46,37	83,87	37,50	1453,63
2	47,53	83,87	36,34	1406,10
3	48,72	83,87	35,15	1357,39
4	49,93	83,87	33,93	1307,45
5	51,18	83,87	32,69	1256,27
6	52,46	83,87	31,41	1203,81
7	53,77	83,87	30,10	1150,03
8	55,12	83,87	28,75	1094,91
9	56,50	83,87	27,37	1038,42
10	57,91	83,87	25,96	980,51
11	59,36	83,87	24,51	921,15
12	60,84	83,87	23,03	860,31
13	62,36	83,87	21,51	797,95
14	63,92	83,87	19,95	734,03
15	65,52	83,87	18,35	668,51
16	67,16	83,87	16,71	601,35
17	68,84	83,87	15,03	532,52
18	70,56	83,87	13,31	461,96
19	72,32	83,87	11,55	389,64
20	74,13	83,87	9,74	315,51
21	75,98	83,87	7,89	239,53
22	77,88	83,87	5,99	161,65
23	79,83	83,87	4,04	81,82
24	81,82	83,87	2,05	0,00
TOTAL	1500,00	2012,86	512,86	

Elaborado por: Los autores

$$\text{VAN} = \frac{226544,85}{(1+0,3)^1} + \frac{233341,2}{(1+0,3)^2} + \frac{240341,4}{(1+0,3)^3} + \frac{247551,67}{(1+0,3)^4} + \frac{254978,22}{(1+0,3)^5} + \frac{262627,57}{(1+0,3)^6}$$

\$ 219946,46 \$ 138071,72 \$ 109395,28 \$ 86674,72 \$ 68673,05 \$ 54410,18

VAN = \$ 677171,41 - \$ 631792,00

VAN = \$ 45379,41

Tabla 75
Índices Financieros

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	- \$ 631792,00	- \$631792,00	- \$631792
1	\$226544,85	\$219946,46	- \$411845,54
2	\$233341,20	\$138071,72	- \$273773,82
3	\$240341,43	\$109395,28	- \$164378,54
4	\$247551,67	\$86674,72	- \$77703,82
5	\$254978,22	\$68673,05	- \$9030,77
6	\$262627,57	\$54410,18	\$45379,41

Elaborado por: Los autores

PRI 6 AÑOS, 2 MESES, 1 DIA

5.8.- Estrategia de turno ganador semanal (VER ANEXO 13 Y 14)

Objetivo. Satisfacer al socio/cliente por la visita realizada a la institución mediante la asignación de un premio directo.

Objeto. Mejorar la atención al socio/cliente

Justificación.- Esta estrategia se realizará con la finalidad de conquistar al cliente e incentivar las visitas a la institución, beneficiándose de un premio directo.

Desarrollo.- Para dar cumplimiento a esta estrategia es necesario la instalación de un nuevo sistema que permita medir la satisfacción del cliente y determinar un ganador del premio, mediante una programación digital.

Procedimiento

- 1.- El cliente se acerca a la ventanilla a realizar su transacción.
- 2.- Atención al cliente
- 3.- Información de la promoción al cliente
- 4.- Calificación del cliente y participación de la promoción
- 5.- Selección del ganador.

El turno ganador

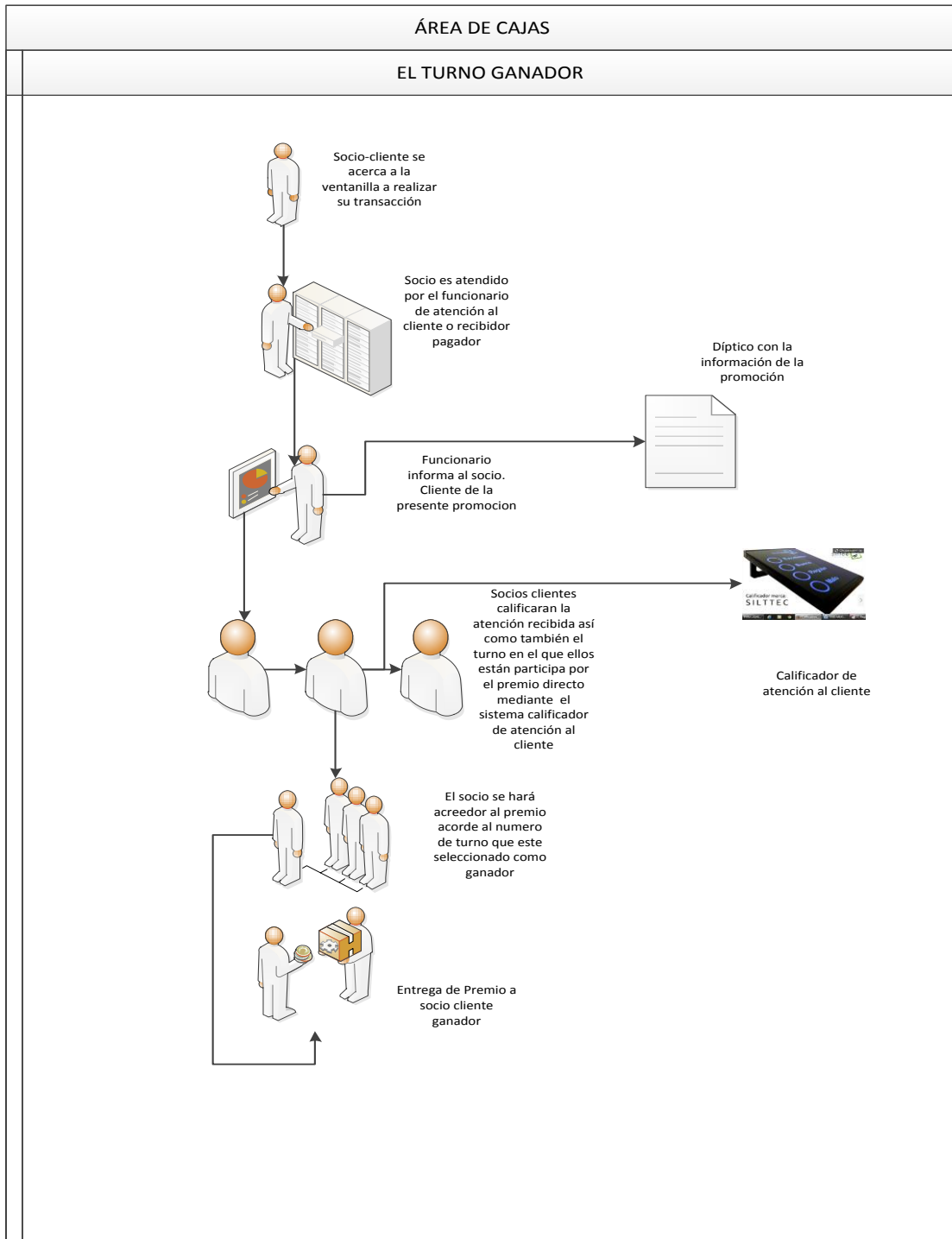


Figura 50: El turno ganador
Elaborado por: Los autores

Tabla 76

Presupuesto turno ganador semanal

PRESUPUESTO		
CONCEPTO	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Q-MATIC (Instalación)	\$ 551,60	\$ 2.206,40
ELECTRODOMÉSTICOS (DVE, Plachas, Licuadoras, Radiograbadora)	\$ 685,50	\$ 2.742,00
TOTAL	\$ 1.237,10	\$ 4.948,40

Elaborado por: Los autores

ESTRATEGIA

$$\text{COSTO EFECTIVIDAD} = \frac{\text{Gastos de la estrategia}}{\text{Número de beneficiarios}}$$

$$\text{COSTO EFECTIVIDAD} = \frac{\$ 4.948,40}{19058}$$

$$\text{COSTO EFECTIVIDAD} = \$ 0,26$$

5.9. Estrategia de servicio personalizado de crédito

Objetivo. Mejorar la atención al socio/cliente mediante un oficial de crédito que realice asesoría personalizada para la asignación de créditos.

Objeto. Incrementar el nivel de colocación de dinero en el mercado local.

Justificación.- La presente estrategia está enfocada a brindar una mejor atención al cliente y a la vez incrementar la participación del mercado a través de asesorías personalizadas que incentiven al socio/cliente a formar parte de la institución y beneficiarse de sus productos y servicios.

Desarrollo.- Para la puesta en marcha de esta estrategia es necesario la contratación de un ejecutivo con experiencia laboral en crédito que contenga el perfil adecuado para desempeñar las actividades encomendadas por la institución, las mismas que están enfocadas a prestar un mejor servicio personalizado al socio/cliente que permita estimular la apertura de cuentas y asignación de créditos.

Procedimiento

- 1.- Proceso de selección de personal cinco días
- 2.- Inducción al nuevo ejecutivo dos días
- 3.- Buscar mercados objetivos quince días
- 4.- Establecer cronogramas y plan de visitas un día
- 5.- Visitas al mercado objetivo
- 6.- Entrega de hoja de ruta e informes

Crédito personalizado

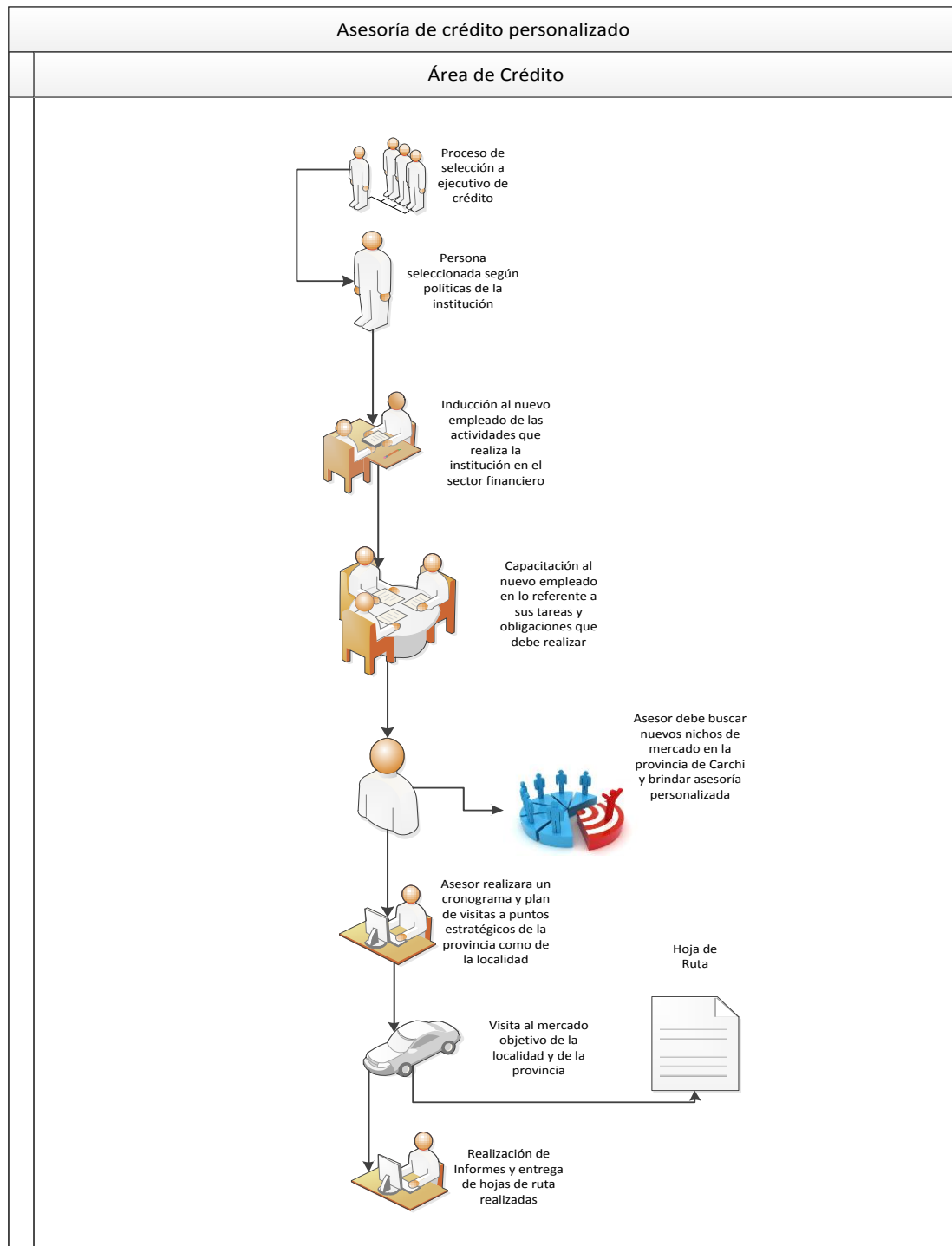


Figura 51: Crédito personalizado
Elaborado por: Los autores

Tabla 77
Presupuesto servicio personalizado de crédito

PRESUPUESTO		
CONCEPTO	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
SUELDO	\$ 2.045,75	\$ 8.183,00
TRANSPORTE	\$ 36,00	\$ 144,00
PLAN CELULAR (internet, minutos, equipo celular)	\$ 268,80	\$ 1.075,20
TOTAL	\$ 2.350,55	\$ 9.402,20

Elaborado por: Los autores

META	\$ 300.000,00	\$ 1.200.000,00
CRÉDITOS	43	170

TRIMESTRE UNO

16,74%

Ingresos	622324,15
Gastos	29668,29

Ingresos Descontados	\$ 597.326,05
Egresos Descontados	\$ 28.476,55

COSTO BENEFICIO \$ 20,98

PROPUESTO

Ingresos	672125,65
Gastos	32018,84

Ingresos Descontados	\$ 645.127,08
Egresos Descontados	\$ 30.732,68

COSTO BENEFICIO \$ 20,99

Tabla 78

Presupuesto servicio personalizado de crédito trimestre dos

PRESUPUESTO		
CONCEPTO	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
SUELDO	\$ 2.045,75	\$ 8.183,00
TRANSPORTE	\$ 36,00	\$ 144,00
PLAN CELULAR (internet, minutos, equipo celular)	\$ 268,80	\$ 1.075,20
TOTAL	\$ 2.350,55	\$ 9.402,20

Elaborado por: Los autores

META	\$ 300.000,00	\$ 1.200.000,00
CRÉDITOS	43	170

TRIMESTRE DOS

16,74%

Ingresos	2708565,44
Gastos	106106,55

Ingresos Descontados	\$ 2.599.765,26
Egresos Descontados	\$ 101.844,36

COSTO BENEFICIO \$ 25,53

PROPUESTO

Ingresos	2758366,94
Gastos	108457,10

Ingresos Descontados	\$ 2.647.566,29
Egresos Descontados	\$ 104.100,49

COSTO BENEFICIO \$ 25,43

Conclusiones de la propuesta

- ❖ Se logró concluir que con la realización de un sistema de gestión de calidad se logra la optimización de recursos organizacionales y permite una mejor organización de los documentos.
- ❖ Con el sistema de gestión de calidad se lograría un mayor alcance en los objetivos institucionales considerando la ejecución de las tareas de una manera más precisa y controlada.
- ❖ Las capacitaciones exigidas por el sistema de gestión de calidad permitirían mejorar las habilidades y destrezas del personal de crédito para mayor desempeño de las actividades laborales.
- ❖ Con el SGC se lograría aumentar la participación de mercado considerando que los clientes están de acuerdo con la realización de un sistema de calidad dentro de la Institución.

Recomendaciones de la propuesta

- ❖ Se considere la propuesta como un modelo de mejora para las actividades del área de crédito, tomando en cuenta el estudio basado en las exigencias de la norma ISO 9001:2008
- ❖ Incentivar al personal hacia una cultura de mejoramiento continuo con la finalidad de conseguir ideas y mentalidad positiva hacia el cambio organizacional.
- ❖ Evaluar al personal después de cada una de las capacitaciones facilitadas con la finalidad de conseguir mayores beneficios a través del personal de crédito.
- ❖ Solicitar al personal de crédito un listado de los posibles estudios y/o análisis de las actividades efectuadas en el día a día con la finalidad de revisar y proponer medidas de mejora si son necesarias.

Instrumentos

En esta investigación se emplearon dos sistemas informáticos uno de ellos es Software SPSS 2.2 con el cual se logró la realización de gráficos estadísticos con explicaciones técnicas en cuanto a la tabulación de la información y el Sistema Excel 2013 con el cual fue posible el diseño de varias tablas y formatos para la investigación y el diseño de la propuesta.

De igual manera se empleó el paquete informático Microsoft Visio para el diseño de diagramas de flujo aplicadas en la propuesta, así como en varias figuras explicativas.

En cuanto a instrumentos de recolección de la información se usó los siguientes:

- ❖ Encuesta
- ❖ Entrevista
- ❖ Observación

RECURSOS

Tabla 80

Recursos

RECURSOS EMPLEADOS	CARACTERÍSTICAS
Talento Humano	Asesoramiento de especialistas en el tema, funcionarios de la cooperativa Tulcán
Recursos Materiales	Hojas de papel bond tamaño A4, esferos gráficos, Agenda de apuntes, carpetas.
Recursos Bibliográficos	Libros obtenidos de la Biblioteca de la UPEC.
Recursos Tecnológicos	Internet, Flash Memory, Computadora, impresora.
Recurso financiero	Especie Monetaria
Software	Microsoft Visio, Excel, Word, y el sistema SPSS 2.2

Elaborado por: Los autores

CRONOGRAMA

Tabla 81
Cronograma parte 1

TIEMPO ACTIVIDAD	Mar-Abr 2012				May-Jun 2012				Jul-Ago 2012				May-Jun 2013				Jul-Ago 2013				Sep-Oct 2013				Nov-Dic 2013				ene-14			
	semanas				semanas				semanas				semanas				semanas				semanas				semanas							
	2	4	6	8	2	4	6	8	2	4	6	8	2	4	6	8	2	4	6	8	2	4	6	8	2	4	6	8	1	2	3	4
CAPITULO 1																																
Planteamiento de problema	■																															
Formulación de problema		■																														
Delimitación			■																													
Justificación				■																												
Objetivos					■																											
CAPITULO 2																																
Antecedentes investigativos							■																									
Fundamentación legal							■																									
Fundamentación filosófica								■																								
Fundamentación Científica									■																							
Idea a Defender										■																						
Variables											■																					
CAPITULO 3																																
Modalidad de la investigación												■																				
Tipos de Investigación													■																			
Población y muestra														■																		
Operacionalización de variables															■																	
Recolección de la Información																■																
Análisis e Interpretación																	■															

Elaborado por: Los autores

PRESUPUESTO

Tabla 83

PRESUPUESTO GENERAL DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING								
ESTRATEGIAS	NOMBRE	DURACIÓN	RECURSOS EN DOLARES				COSTO	OBSERVACIONES
			MATERIAL	ECONÓMICO	TECNOLÓGICO	TALENTO HUMANO		
A	VACACIONES CON MI FAMILIA	CORTO PLAZO	4000	1200		800	6000	Estrategia para mejorar la atención al público
B	CRÉDITO RURAL	CORTO PLAZO	1555,2	144		720	2419,2	estrategia para incrementar cuota de mercado
C	TURNO GANADOR	CORTO PLAZO	2742		2206,4		4948,4	Estrategia para mejorar la atención al público
D	SERVICIO PERSONALIZADO DE CRÉDITO	CORTO PLAZO		144	1075	8183,00	9402	Estrategia para incrementar cuota de mercado
TOTAL			8297	1488	3281,4	9703	22770	

Presupuesto

Elaborado por: Los autores

VI. BIBLIOGRAFÍA.

- ❖ Arana, Rafael. (1994). Dirección por servicios. Santa Fe de Bogotá. Primera edición Mc Graw Hill.
- ❖ Armstrong, Philip Kotler y Gary, (2003). *Fundamentos del Marketing*. Pearson Prentice Hall
- ❖ Best, Roger J, (2007). *Marketing estratégico*. Madrid, Pearson.
- ❖ Gabriel Ruiz, Milagros Fuentes. (2006). *Políticas de marketing*. Madrid, Thomson.
- ❖ Galindo, Lourdes Munch. (2001). *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. México. Trillas, S. A. de C. V.
- ❖ Galindo, M, Lourdes. (2001). *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. México. Trillas.
- ❖ Herrera, Jorge Eliécer Prieto (2009). *Investigación de mercados*. Bogotá, Adriana Gutiérrez M.
- ❖ Mc Graw, Hill.(1992). *Como gerenciar la transformación hacia la calidad*. Colombia. Luz M Rodríguez A.
- ❖ Silva, Pablo Emilio Riveros. (2007). *Sistema de Gestión de la Calidad del Servicio, Bogotá, Ecoe ediciones*.
- ❖ Thomas, H, Berry. (1996). *Como gerenciar la transformación hacia la calidad total*. Santa fe de Bogotá. McGraw Hill.

LINKOGRAFÍA

- ❖ Alonso, Mónica. (2008). *Historia de la calidad*. Recopilado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ciencias/tesis113.pdf>
- ❖ Álvarez, Adrián. (2009). La matriz de producto/mercado de Ansoff, un clásico del análisis estratégico. Recopilado de <http://inteligenciacompetitivaenar.blogspot.com/2009/11/la-matriz-de-productomercado-de-ansoff.htm>
- ❖ Borrego, Daniel. (2009). *Herramienta para la mejora continua: Ciclo Deming*. Recopilado de <http://www.herramientasparapymes.com/herramienta-para-la-mejora-continua-ciclo-deming>
- ❖ Cooperativa de ahorro y crédito Tulcán. (2013). *Historia de la cooperativa Tulcán*. Recopilado de: <http://www.cooptulcan.com/general.php?id=4>
- ❖ Cuenca, Deanna. (2012). *Diseño del sistema de gestión de calidad y proceso de mejora continua para la cooperativa de ahorro y crédito acción y desarrollo Ltda.* Recopilado de: <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0CEQQFjAC&url=http%3A%2F%2Fdspace.epoch.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F2834%2F1%2F12T00894.pdf&ei=dPpuU7jHKbTMsASj7IEo&usg=AFQjCNGMa32-tOXxiDzfuf0uuedtq2PXJg&bvm=bv.66111022,d.cWc>
- ❖ Duran, Jeanneth. (2008). *Diseño y documentación de un sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001:2000 en la cooperativa de ahorro y crédito "Alianza del Valle" Ltda.* (Sección de crédito y cobranza). Recopilado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/834/1/CD-1689%282008-09-17-11-50-32%29.pdf>

- ❖ *Economía popular y solidaria*, (“s,f”) recuperado de http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley_economia_popular_solidaria.pdf

- ❖ *El cooperativismo en el Ecuador*. (2010). Recuperado de <http://www.derechoecuador.com/utility/Printer.aspx?e=34602>

- ❖ *El sistema financiero ecuatoriano*. (2012). Recuperado de http://portaldelusuario.sbs.gob.ec/contenido.php?id_contenido=23

- ❖ *El cooperativismo en el Ecuador*. (2012). Recopilado de <http://dspace.unl.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3965/ACARO%20UCHUARI.DIANA%20YOLANDA.pdf?sequence=1>

- ❖ Emanuel2411, (2013). *Evolución del concepto de calidad y perspectiva del futuro*. Recopilado de: <http://clubensayos.com/Temas-Variados/EVOLUCI%C3%93N-DEL-CONCEPTO-DE-CALIDAD/1321501.html>

- ❖ *Financiamiento de la Economía Popular y Solidaria en el Ecuador*. (2013). Recuperado de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/387/File/V%20CONFERENCIA%20DE%20DERECHO%20ECONOMICO/CONAFIPS%20G%20%20Cardoso%20tade%2002.pdf>

- ❖ Freddy Castillo. (2010). Normas Iso 9001:2008. Recopilado de: <http://blog.pucp.edu.pe/item/99657/norma-iso-9001-2008>

- ❖ Fernández, Héctor. (“s.f.”). *ISO 9001-Norma de calidad*. Recopilado de: http://www.buscarportal.com/articulos/iso_9001_gestion_calidad.html

- ❖ Gregorio Gill. (2010). *Los 14 puntos de Deming Explicados*. Recopilado de <http://calidadtotaltqm.blogspot.com/2010/02/los-14-puntos-de-deming-explicados.html>.

- ❖ Hoyer, R.W. Hoyer y Brooke B.Y. (2001). *Definición de calidad según Deming*. Recopilado de <http://www.hacienda.go.cr/centro/datos/Articulo/Qu%E9%20es%20calidad.pdf>

- ❖ ISOGIRLS. (2007). *La calidad a lo largo de la historia*. Recopilado de: http://planifi.blogspot.com/2007/07/la-calidad-lo-largo-de-la-historia_10.html

- ❖ Komiya, Arturo (2013). *Estrategias Genéricas de Michael Porter*. Recopilado de: <http://www.crecenegocios.com/estrategias-genericas-de-michael-porter/>

- ❖ Leilui (2011). E. deming, juran y Crosby. Recopilado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/e-Deming-Juran-y-Crosby/2256909.html>

- ❖ *Ley de economía popular y solidaria. (2008). Recuperado de http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html*

- ❖ *Mejorar la calidad de vida de la población. (2013). Recuperado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Administraci%C3%B3n/45621442.html>*

- ❖ Monterroso, Elda. (2003). *Normas ISO 9000*. Recopilado de: <http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/normasiso.htm>

- ❖ Orellana, Karen. (2012). *Maestros de la calidad*, recuperado de <http://maestrosdelacalidadop100111.blogspot.com/2012/09/filosofia-joseph-juran.html>

- ❖ Padilla, Gabriel. (2002). *Autores de la gestión de la calidad*. Recopilado de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/aucaolid.htm>

- ❖ Rodríguez, Mildred de Jesús. (2004). *Que es calidad*. Recopilado de <http://cdigital.uv.mx/bitstream/12345678/14/1/RodriguezAlvarez.pdf>
- ❖ Rivera, Diana. (2004). Elaboración de la estructura del sistema de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001:2000, para la caja cooperativa CREDICOOP, con sede única en Bogotá. Recopilado de. <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis71.pdf>
- ❖ Toledo, Denis. (2007). *Definición de Calidad según Ishikawa*. Recopilado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1826_IN.pdf
- ❖ Patricia, R. Francis. (2010). *ISO 9001 para pequeñas organizaciones*. Geneva. ICONTEC
- ❖ SMETOOLKIT. (2002). Manejo del personal. Recopilado de: <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3652/Manejo-de-personal->
- ❖ Ovadia, J. (2012). *La importancia de la investigación de mercados*. Recopilado de: <http://www.mujerynegocios.com/articulo56-pereyra.htm>

VII. ANEXOS.

ANEXO 1

Solicitud de autorización de realización de tesis por parte de la dirección de escuela.

Tulcán, 30 de mayo del 2012
Oficio N°426-12-UPEC-AEM

Señor. Economista
Edwin Egües
GERENTE GENERAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN
Presente

De mi consideración:

La Dirección de la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, expresa un atento y cordial saludo augurándole éxitos en las labores que viene desarrollando al frente de tan importante Institución.

El presente tiene como finalidad solicitar de la manera más comedida se brinde la apertura a los señores: Jefferson Fernando Benavides Quintero con cédula de identidad No. 040151395-7 y John Byron Villota Delgado con cédula de identidad No. 040125364-6 estudiantes de décimo nivel, para que puedan realizar el trabajo de investigación mediante la aplicación de una encuesta y entrevista al personal administrativo de la Institución a su dirección, para obtener información referente a procesos operativos, talento humano y responsabilidad social, información que contribuirá al desarrollo del Tema "Análisis de la calidad del servicio y la participación de mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán LTDA. En la provincia del Carchi", datos que serán de gran utilidad para el desarrollo de la investigación; cumpliendo así con uno de los requisitos previos a la obtención del título como Ingenieros en Administración de Empresas y Marketing, estos datos son requeridos específicamente para fines académicos.

En la seguridad de contar con su valiosa colaboración me suscribo

Atentamente,

Ing. Gladys Urgilés
**DIRECTORA DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING**



GU/re



Figura 52: anexo 1
Elaborado por: Los autores

ANEXO 2

Autorización por parte de la institución para realizar el proyecto de tesis con el nombre y apoyo de la COAC Tulcán.

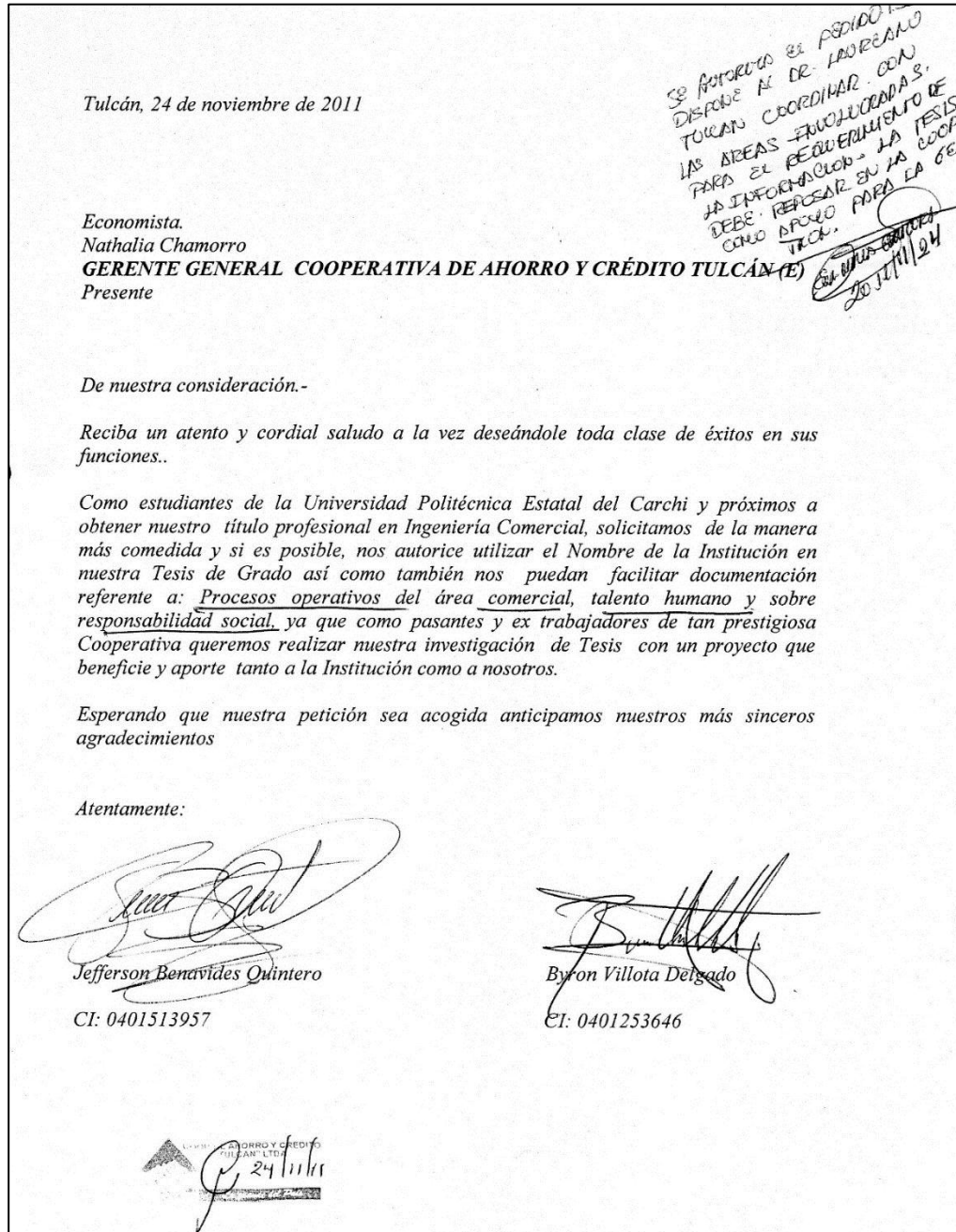


Figura 53: anexo 2
Elaborado por: Los autores


ANEXO 3

Solicitud y autorización de cuentas activas de la institución por agencias en la provincia del Carchi.

TULCAN 28 de Octubre del 2013

*ING ANITA GUZMAN
PROPORCIONAR LA
INFORMACION SOLICITADA
EN EL PRESENTE OFICIO*

*Eco. Natalia Chamorro
Subgerente de Negocios de la Cooperativa Tulcán
Presente*

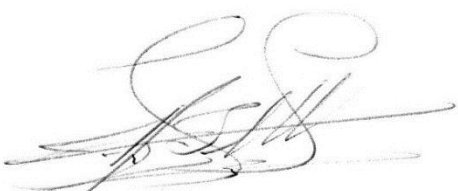
 COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO
TULCAN
28/10/2013
ECON. NATALIA CHAMORRO
SUBGERENTE DE NEGOCIOS

*De nuestras consideraciones:
Reciba un Cordial y atento saludo de nuestra parte y a la vez desearle éxito en las labores dárías que viene desempeñando.*

Mediante el presente queremos dar a conocer que estamos encaminados en nuestro trabajo de tesis y nuestra siguiente tarea es realizar un estudio de los procesos correspondientes de las áreas de cajas y servicios cooperativos, así como también conocer el crecimiento de socio clientes de la institución de los últimos tres años (numero de de socios), por tal motivo solicitamos de la manera más comedida autorice a quien corresponda nos facilite dicha información con la finalidad de analizar y proponer medidas de mejora.

Por la gentil atención que se da al presente anticipamos nuestros agradecimientos.

Atte.


*John Byron Villota
CI. 040125364-6*




*Jefferson Fernando Benavides
CI. 040151395-7*

Figura 54: anexo 3
Elaborado por: Los autores

ANEXO 3.1

 COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "TULCAN" LTDA. ACTIVOS INACTIVOS DE DICIEMBRE DEL 2013 - FEBRERO DEL 2014							
ACTIVOS INACTIVOS POR MESES, CORTE 28 DE FEBRERO 2014							
OFICINAS	DICIEMBRE 2013	ENERO 2014		FEBRERO 2014		MARZO 2014	ABRIL 2014
	A	A	I	A	I	I	I
MATRIZ	20329	20355	8138	20409	8160	0	0
JULIO ANDRADE	1558	1585	557	1593	564	0	0
HUACA	1629	1648	545	1663	556	0	0
SAN GABRIEL	7565	7582	3141	7601	3161	0	0
QUITO	7621	7647	7096	7699	7113	0	0
EL ANGEL	2209	2224	693	2230	714	0	0
IBARRA	4747	4833	870	4882	893	0	0
SUBTOTALES	45658	45874	21040	46077	21161	0	0
TOTALES	66.578	66.914		67.238		0	0

CONSOLIDADO, CORTE FEBRERO 2014			
SOCIOS ACTIVOS INACTIVOS AÑO			
MESES	ACTIVOS	INACTIVOS	TOTAL
DICIEMBRE 2013	45658	20920	66578
ENERO 2014	45874	21040	66914
FEBRERO 2014	46077	21161	67238
MARZO 2014	0	0	0
ABRIL 2014	0	0	0
MAYO 2014	0	0	0
JUNIO 2014	0	0	0
JULIO 2014	0	0	0
AGOSTO 2014	0	0	0

TOTAL DE CUENTAS ACTIVAS EN LA PROVINCIA DEL CARCHI	
AGENCIA	CANTIDAD
MATRIZ	20409
JULIO ANDRADE	1593
HUACA	1663
SAN GABRIEL	7601
EL ANGEL	2230
TOTAL DE CUENTAS ACTIVAS	33496

Figura 55: anexo 3.1
Elaborado por: Los autores

ANEXO 4

Aplicación de encuestas a los socios de la COAC Tulcán



Figura 56: anexo 4.1
Elaborado por: Los autores



Figura 57: anexo 4.2
Elaborado por: Los autores

ANEXO 5

OBSERVACIÓN DIRECTA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS COOPERATIVAS FINANCIERAS DE LA PROVINCIA DEL CARCHI.

COOP. TULCÁN AGENCIA JULIO ANDRADE



Figura 58: anexo 5.1
Elaborado por: Los autores



Figura 59: anexo 5.2
Elaborado por: Los autores



Figura 60: anexo 5.3
Elaborado por: Los autores

COOP. TULCÁN AGENCIA HUACA



Figura 61: anexo 5.4
Elaborado por: Los autores

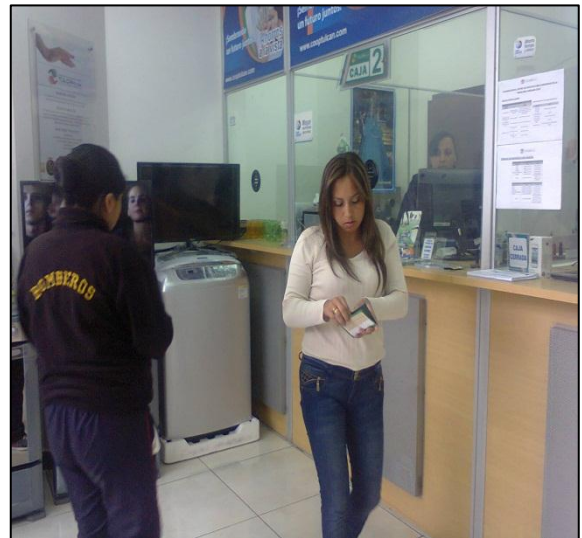


Figura 62: anexo 5.5
Elaborado por: Los autores

COOP. TULCÁN AGENCIA SAN GABRIEL



Figura 63: anexo 5.6
Elaborado por: Los autores

COOP. TULCÁN AGENCIA EL ANGEL



Figura 64: anexo 5.7
Elaborado por: Los autores



Figura 65: anexo 5.8
Elaborado por: Los autores

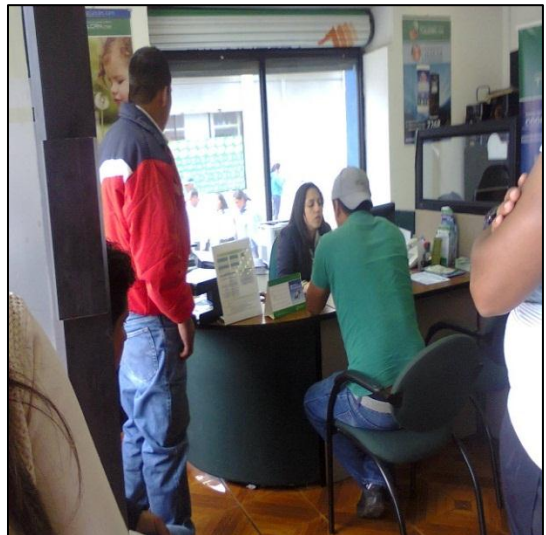


Figura 66: anexo 5.9
Elaborado por: Los autores

COOP TULCÁN AGENCIA TULCÁN



Figura 67: anexo 5.10
Elaborado por: los autores

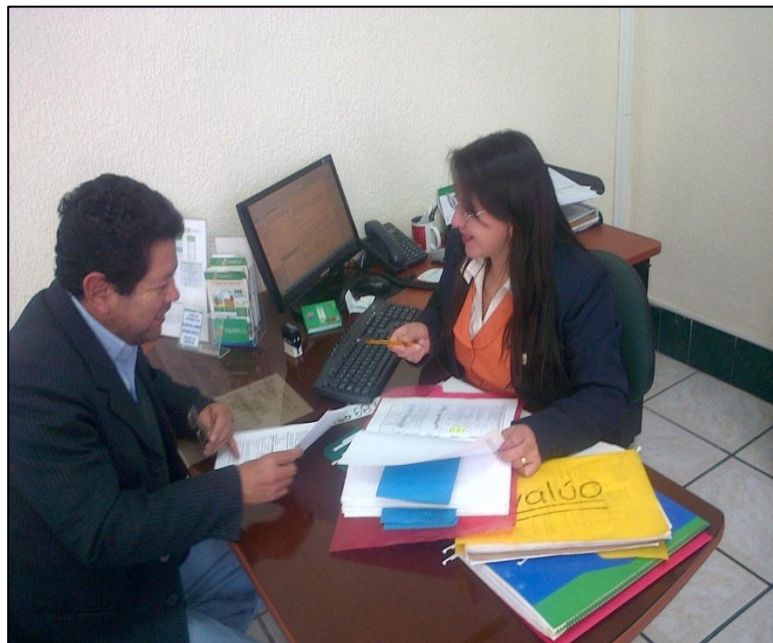


Figura 68: anexo 5.11
Elaborado por: los autores

AGENCIAS COOP. PABLO MUÑOZ VEGA

AGENCIA SAN GABRIEL



Figura 69: anexo 5.12
Elaborado por: Los autores

AGENCIA MIRA



Figura 70: anexo 5.13
Elaborado por: Los autores

AGENCIA BOLÍVAR



Figura 71: anexo 5.14
Elaborado por: Los autores

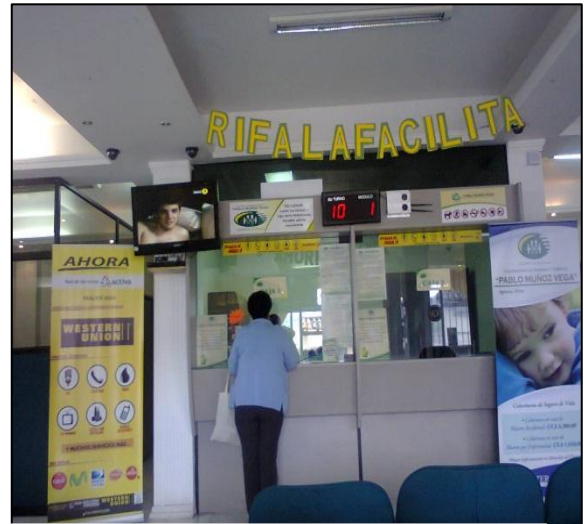


Figura 72: anexo 5.15
Elaborado por: Los autores

COOPERATIVA PABLO MUÑOZ VEGA MATRIZ



Figura 73: anexo 5.16
Elaborado por: Los autores



Figura 74: anexo 5.17
Elaborado por: Los autores

ATENCIÓN AL CLIENTE



Figura 75: anexo 5.18
Elaborado por: Los autores

ÁREA DE CAJAS, COOPERATIVA PABLO MUÑOZ VEGA



Figura 76: anexo 5.19
Elaborado por: Los autores

SILLAS DE ESPERA COOPERATIVA PABLO MUÑOZ VEGA



Figura 77: anexo 5.20
Elaborado por: Los autores

AGENCIAS COOP. 29 DE OCTUBRE EI ANGEL

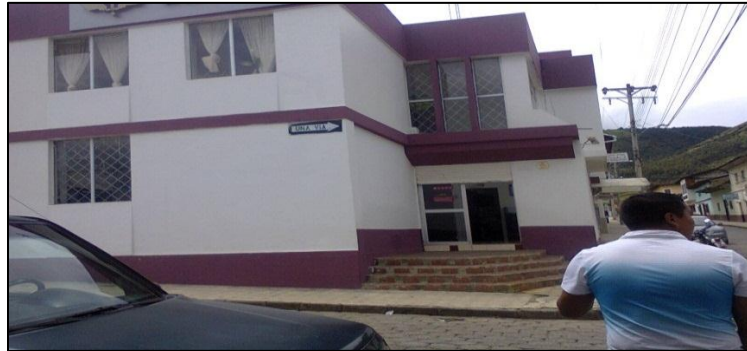


Figura 78: anexo 5.21
Elaborado por: Los autores



Figura 79: anexo 5.22
Elaborado por: Los autores

AGENCIA COOP. 29 DE OCTUBRE TULCÁN



Figura 80: anexo 5.23
Elaborado por: Los autores

ANEXO 6

Solicitud y aprobación de la realización de entrevistas a personal de crédito de las agencias de COAC Tulcán correspondientes a la provincia del Carchi.

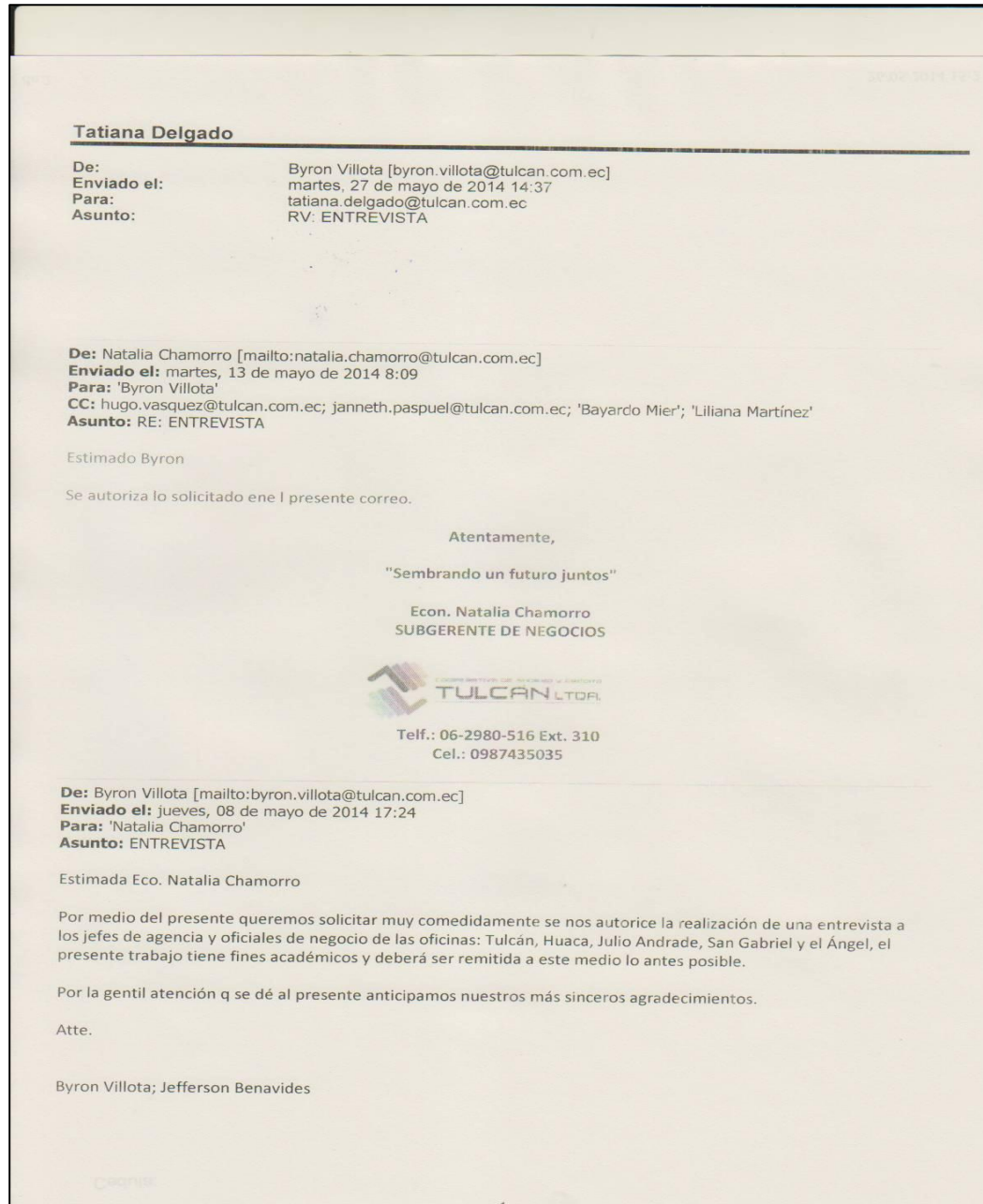


Figura 81: anexo 6.1

Elaborado por: Los autores

ANEXO 6.2

Físico de aplicación de entrevista a oficial de negocios de COAC Tulcán

<p>ENTREVISTA</p> <p>Nombre: CARLOS VILLARREAL D.</p> <p>Cargo: OFICIAL NEGOCIOS</p> <p>Área de Trabajo: CREDITO</p> <p>Institución: COOP. TULCAN.</p> <p>Profesión: EMPLEADO</p> <p>La presente entrevista tiene como finalidad determinar los aspectos positivos y negativos de la aplicación de un sistema de gestión de calidad en la Cooperativa de Ahorro y crédito Tulcán Ltda.</p> <p>1) Desde su punto de vista por qué piensa usted que los sistemas de calidad en los procesos financieros han sido poco explorados y aplicados en las cooperativas de ahorro y crédito de la ciudad del Tulcán.</p> <p><i>Pienso porque no ha existido la deficiencia y personal capacitado con la finalidad de hacer cumplir y controlar dichos sistemas.</i></p> <p>2) Piensa usted que las norma ISO 9000 puede ser aplicada en todas las áreas de la institución. Explique</p> <p><i>Debería ser lo mas adecuada con la finalidad de llevar y controlar de calidad a todas las areas.</i></p>
--

Figura 82: anexo 6.2
Elaborado por: Los autores

ANEXO 6.3

3) Según su opinión piensa usted que la auditoría financiera es más importante que una auditoría de calidad, explique?

Al hablar de una auditoría y en el caso de llevar un control pues si los dos auditorías tienen sea importancia en el mejorar el status de una institución.

4) ¿Qué persona considera usted que debería ser la responsable del funcionamiento del sistema de gestión de calidad? Explique

Debería estar capacitado para realizar este tipo de puesto, en función a ello se debería constituir y jefe de procesos del sistema de gestión de calidad.

5) Piensa usted que con la aplicación de un sistema de calidad en los productos y servicios financieros, se alcanzaría un mayor posicionamiento y participación de mercado?, explique

Siempre y cuando los sistemas de calidad sean monitoreados continuamente con la finalidad de poder competir ~~en~~ en el mercado, y estar no se convierten en un problema.

Figura 83: anexo 6.3

Elaborado por: Los autores

ANEXO 6.4

6) Considerando la cadena de calidad como cree usted que debería relacionarse con los procesos financieros

Con la finalidad de mejorar su control, eficiencia, eficacia, mejor tiempos etc

7) Poseen un manual de calidad dentro de la institución

En un tiempo atrás se hizo conocer algo sobre este manual, en la actualidad desconozco de la existencia de este documento.

8) Cuáles son las ventajas y desventajas de aplicar un manual de calidad en el área de crédito

ventajas: ser mas eficiente, eficaz, minimizar tiempos de realizar ordcto.

desventajas:

Figura 84: anexo 6.4
Elaborado por: Los autores

ANEXO 6.5

9) Cuáles son las consecuencias operativas de no realizar manuales y procesos de crédito

Pienso q' cada quien realiza su trabajo sin llevar un lineamiento y hablar en el mismo idioma.

10) Con que periodicidad se debe aplicar planes de mejora

En base a los resultados q' se vayan reflejando al finalizar un año, lo mas adecuado seria realizar este proceso cada año.


GRACIAS

Figura 85: anexo 6.5
Elaborado por: Los autores

ANEXO 7

Autorización para aplicación de check list en el área de crédito.

Tulcán 10-Junio -2013

Eco. Natalia Chamorro
Sub gerente de Cooperativa de ahorro u crédito Tulcán Ltda.

Presente.


De nuestras consideraciones:


Reciba un cordial y atento saludo de nuestra parte y a la vez desearle éxito en las labores diarias que viene desempeñando en tan prestigiosa institución.

Mediante el presente queremos dar a conocer que estamos encaminados en nuestro trabajo de tesis para la obtención de nuestro título profesional y gracias al apoyo recibido por vuestra parte hemos alcanzado avances considerables. Nuestro próximo avance es determinar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por la institución en las áreas de crédito y captaciones y para ello es necesario se nos permita realizar una evaluación a los funcionarios que laboran en estas áreas con la finalidad de realizar un análisis y proponer medidas de mejora.

Por la gentil atención que se brinde dar al presente desde ya anticipamos nuestros más sinceros agradecimientos.

Atentamente.


Jefferson Benavides
C.I. 0401513957


Byron Villota
C.I. 0401253646

*ECOP. HUGO VASQUEZ
DAR EL APOYO NECESARIO
PARA QUE REDUZCA LA
EVALUACION A OFICIALES
DE NEGOCIOS Y OFICIALES
DE CAPTACIONES Y TAMBIEN
A LOS SEFES DE CREDITO
Y SEFE DE CAPTACIONES*

*Exp. WILMA CHACABAZO
2013/06/10*

Para constancia de lo antes mencionado adjuntamos modelo de evaluación a ser aplicada.

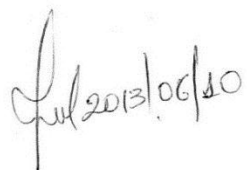


Figura 86: anexo 7
Elaborado por: Los autores

ANEXO 8

Check list aplicado a los oficiales de negocios de COAC Tulcán

Habel R

CHECK LIST COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO TULCÁN			
	SI	NO	NO APLICA
REQUISITOS DE LA DOCUMENTACION			
1	La secuencia e interacción de procesos está acorde con la satisfacción del cliente	✓	
2	Existen recursos suficientes para apoyar la calidad de los procesos	✓	
REQUISITOS DE LA DOCUMENTACION			
3	Existen declaraciones documentadas de políticas y objetivos de calidad	✓	
4	Poseen un manual de calidad para cada uno de los procesos	✓	
CONTROL DE LA DOCUMENTACION			
5	¿Se realiza un estudio por parte de la dirección para encaminar al personal hacia el cumplimiento de requisitos del cliente, legales y reglamentarios?	✓	
6	Existe un claro entendimiento en cada uno de los procesos que deben seguirse hasta el cumplimiento de la actividad.	✓	
7	Los documentos son legibles y fácilmente identificables.	✓	
8	Se revisa, actualiza y aprueba documentos cuando es necesario	✓	
9	Se previene el uso inadecuado de documentos obsoletos en caso de mantenerlos por cualquier razón	✓	
CONTROL DE LOS REGISTROS			
10	Existe un procedimiento documentado para llevar un control adecuado de los registros	✓	
11	Son claros y fácilmente identificables cada uno de los registros	✓	
RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCION			
12	Existe evidencia y compromiso por parte de la dirección en cuanto a mejora continua de procesos y procedimientos	✓	
ENFOQUE AL CLIENTE			
13	La infraestructura es atractiva y adecuada para la atención al cliente	✓	
14	Existe agilidad en el proceso de atención	✓	
15	Los requisitos de prestación del servicio son fácilmente alcanzados por el socio o cliente	✓	
POLITICAS DE CALIDAD			
16	Las políticas de calidad están enfocadas al cumplimiento del propósito de la organización	✓	
17	Las políticas de calidad son conocidas por los funcionarios	✓	
18	Se dan a conocer las políticas por algún medio de información.	✓	
REALIZACION DEL PRODUCTO			
19	Los productos financieros fueron desarrollados en base a una política de calidad	✓	
20	Los productos financieros fueron desarrollados en base a una planificación	✓	
21	Se realiza una medición de la satisfacción que proporciona cada uno de los productos financieros	✓	
22	Cada uno de los productos financieros cuentan con un estudio o registro de creación	✓	

Figura 87: anexo 8.1
Elaborado por: Los autores

REQUISITOS DEL PRODUCTO Y COMUNICACION CON EL CLIENTE			
23	Para el desarrollo de un nuevo producto se toma en cuenta las exigencias de los socios	✓	
24	Para el lanzamiento de un producto se toma en cuenta aspectos legales	✓	
25	Cada producto cuenta con un registro o evaluación de la satisfacción que éste proporciona	✓	
26	Cada producto cuenta con un plan de difusión eficaz y verídico sobre los beneficios que este aporta	✓	
27	Cada producto financiero cuenta con un plan de desarrollo y mejora	✓	
PRESTACION DEL SERVICIO			
28	Cada uno de los productos sigue un plan de cumplimiento anual o periódico	✓	
29	En cada uno de los productos el funcionario encargado tiene la adecuada capacitación del mismo	✓	
30	En cada área de trabajo se cuenta con objetivos de calidad en el servicio	✓	
31	Para la adecuada comercialización del producto se dispone de recursos tecnológicos eficaces	✓	
VALIDACION DE LOS PROCESOS			
32	Cada producto sigue un proceso debidamente calificado y documentado	✓	
33	Cada proceso identifica los elementos de entrada y salida	✓	
34	Los productos financieros son evaluados y medidos según la características naturales de estos	✓	
PROPIEDAD DEL CLIENTE			
35	La base de datos de los socios y clientes maneja niveles de seguridad	✓	
CONTROL DE LOS EQUIPOS DE SEGUIMIENTO			
36	Existe un adecuado seguimiento de los productos financieros	✓	
37	La institución cuenta con equipos para realizar seguimiento de sus productos	✓	
38	Existe un control para cada producto financiero	✓	
MEDICION Y MEJORA			
39	La institución cuenta con una adecuada planificación de sus productos	✓	
40	Posee un plan de mejora para cada uno de sus productos	✓	
41	Posee un plan de seguimiento para cada uno de sus productos	✓	
42	Existe un análisis de lo que cada producto brinda al socio - cliente	✓	
43	Se emplea métodos o herramientas técnicas para el análisis de la información de los productos financieros	✓	
SATISFACION AL CLIENTE			
44	Se aplica métodos de recolección de datos hacia los socios clientes	✓	
45	Que periodicidad en el año aplican métodos de recolección de datos	✓	
46	Existe una planificación idónea para el levantamiento de la información	✓	

Figura 88: anexo 8.2
Elaborado por: Los autores

47	Posee la institución requisitos base para medir la satisfacción de sus socios clientes			✓
SEGUIMIENTO Y MEDICION DE LOS PROCESOS				
48	Métodos para el seguimiento y evaluación de cada uno de los procesos	✓		
49	Existe puntos de aseguramiento del nivel de la eficiencia para cada proceso	✓		
50	existen estándares o indicadores para cada proceso	✓		
SEGUIMIENTO Y MEDICION DEL PRODUCTO				
51	Se realiza un análisis de los productos Pre venta	✓		
52	Seguimiento de los productos Post venta	✓		
53	Se analiza las características del producto ofertado	✓		
ANALISIS DE DATOS				
54	Se analiza la satisfacción de los socios clientes en cada uno de los productos	✓		
55	Se emplea estadísticas de satisfacción del cliente para la mejora del servicio o los productos	✓		
56	Se analizan datos de las características de los productos para mejorar la calidad del producto	✓		
MEJORA CONTINUA				
57	Existe un plan de mejora continua	✓		
58	Existe una política de calidad en cada área de la institución	✓		
59	Se conoce de objetivos de calidad que permitan mejorar continuamente	✓		
60	existe recolección de datos en lo referente a inconformidades del servicio o producto	✓		
61	En caso de inconformidad se analizan las causas para la debida corrección	✓		
62	Se aplican medidas de corrección para las anomalías que se presenten en el producto o servicio	✓		
PLANIFICACION				
Objetivos de la calidad				
63	Las funciones del personal están acordes al cumplimiento de los objetivos de calidad	✓		
64	Los objetivos de calidad son medibles y alcanzables	✓		
65	Se mantiene la integridad del sistema de gestión de la calidad cuando se planifican e implementan cambios en los objetivos de calidad	✓		
RESPONSABILIDAD, AUTORIDAD Y COMUNICACIÓN				
66	Las responsabilidades y autoridades están definidas dentro de la organización	✓		
REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN				
67	Existe un representante que haga reemplazo a la dirección en caso de ser ausente	✓		
68	Existe un sistema de comunicación interno apropiado y eficiente	✓		
69	Las oportunidades de mejora son analizadas y evaluadas	✓		

Figura 89: anexo 8.3
Elaborado por: Los autores

70	Existe un análisis de auditoria en cada uno de los procesos			✓
INFORMACION DE ENTRADA PARA LA REVISIÓN				
71	La ejecución de los procesos encaminan a un resultado conforme para el cliente			✓
72	La secuencia de procedimientos permite comodidad del cliente			✓
73	Existen opciones de mejora propuestas por los miembros de la organización			✓
RESULTADOS DE LA REVISIÓN				
74	Se realiza estudios por parte de la dirección para aplicar medidas de mejora en los procesos	✓		
75	se toma en cuenta los requisitos del cliente en cada uno de los cambios realizados	✓		
76	Se provee de recursos necesarios para los cambios realizados	✓		
PROVISIÓN DE RECURSOS				
77	Existe suficiente predisposición de la dirección para asignación de recursos necesarios para conllevar la mejora de procesos.			✓
78	Los recursos disponibles se encuentran a un fácil alcance al momento indicado.	✓		
RECURSOS HUMANOS				
79	El personal encargado de los procesos tiene un conocimiento claro de cada uno de ellos			✓
80	El personal posee habilidades y destrezas para llevar acabo los procesos			✓
81	Existen capacitaciones periódicas para el personal			✓
Competencia, formación y toma de conciencia				
82	Se determina la competencia necesaria para el personal			✓
83	Se concientiza al personal de la importancia del cumplimiento de las actividades encaminadas al cumplimiento de los objetivos de calidad			✓
INFRAESTRUCTURA				
84	Existe un a infraestructura apropiada para la prestación del servicio	✓		
85	Las áreas de trabajo cuentan con un espacio considerable y cómodo para el socio y cliente			✓
86	Posee tecnología apropiada y suficiente para la prestación del servicio	✓		
87	Existen servicios de apoyo tales como transporte, comunicación o sistemas de información			✓
AMBIENTE DE TRABAJO				
88	Existe comunicación verbal y apropiada entre compañeros de trabajo			✓
89	Existe apoyo y confianza por parte de los compañeros de trabajo			✓
90	Se aplican principios y valores morales en el desempeño de actividades			✓

Figura 90: anexo 8.4
Elaborado por: Los autores

ANEXO 9

Check list tabulado aplicado a los oficiales de negocios de la COAC Tulcán en la Provincia del Carchi

CHECK LIST COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO TULCÁN										Crédito										
										SI		NO		% SI						
										SI	NO	NO APLICA					NO	% NO	TOTAL %	TOTAL EVALUACIONES
REQUISITOS DE LA DOCUMENTACION																				
1	La secuencia e interacción de procesos está acorde con la satisfacción del cliente									1	1	1	1	4	80	1				
2	Existen recursos suficientes para apoyar la calidad de los procesos									1	1	1	1	4	80	1				
REQUISITOS DE LA DOCUMENTACION																				
3	Existen declaraciones documentadas de políticas y objetivos de calidad									1	1	1	1	4	80	1				
4	Poseen un manual de calidad para cada uno de los procesos									1				1	20	1	1	1	4	80
CONTROL DE LA DOCUMENTACION																				
5	¿Se realiza un estudio por parte de la dirección para encaminar al personal hacia el cumplimiento de requisitos del cliente, legales y reglamentarios?									1	1			2	40	1	1	1	3	60
6	Existe un claro entendimiento en cada uno de los procesos que deben seguirse hasta el cumplimiento de la actividad.									1	1	1	1	15	100					
7	Los documentos son legibles y fácilmente identificables.									1	1	1	1	15	100					
8	Se revisa, actualiza y aprueba documentos cuando es necesario									1	1	1	1	15	100					
9	Se previene el uso inadecuado de documentos obsoletos en caso de mantenerlos por cualquier razón									1	1	1	1	4	80	1				
CONTROL DE LOS REGISTROS																				
10	Existe un procedimiento documentado para llevar un control adecuado de los registros									1	1	1		3	60	1	1	2	40	100
11	Son claros y fácilmente identificables cada uno de los registros									1	1	1	1	4	80	1				
RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCION																				
12	Existe evidencia y compromiso por parte de la dirección en cuanto a mejora continua de procesos y procedimientos									1	1	1	1	15	100					

Figura 91: anexo 9.1

Elaborado por: Los autores

ENFOQUE AL CLIENTE									0	0					0	0	0	0				
13	La infraestructura es atractiva y adecuada para la atención al cliente				1	1	1	1	1	5	100				0	0	100	5				
14	Existe agilidad en el proceso de atención									0	0			1	1	1	1	4	80	80	4	
15	Los requisitos de prestación del servicio son fácilmente alcanzados por el socio o cliente				1	1	1	1	1	5	100								0	0	100	5
POLITICAS DE CALIDAD										0	0								0	0	0	0
16	Las políticas de calidad están enfocadas al cumplimiento del propósito de la organización				1	1	1	1	1	5	100								0	0	100	5
17	Las políticas de calidad son conocidas por los funcionarios				1	1				2	40			1	1	1			3	60	100	5
18	Se dan a conocer las políticas por algún medio de información.				1	1	1	1	1	4	80			1					1	20	100	5
										0	0								0	0	0	0
REALIZACION DEL PRODUCTO										0	0								0	0	0	0
19	Los productos financieros fueron desarrollados en base a una política de calidad				1					1	20			1	1	1	1		4	80	100	5
20	Los productos financieros fueron desarrollados en base a una planificación				1	1	1	1	1	5	100								0	0	100	5
21	Se realiza una medición de la satisfacción que proporciona cada uno de los productos financieros				1	1	1			3	60			1	1				2	40	100	5
22	Cada uno de los productos financieros cuentan con un estudio o registro de creación				1	1	1	1	1	4	80			1					1	20	100	5
										0	0								0	0	0	0
REQUISITOS DEL PRODUCTO Y COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE										0	0								0	0	0	0
23	Para el desarrollo de un nuevo producto se toma en cuenta las exigencias de los socios				1	1	1	1	1	4	80			1					1	20	100	5
24	Para el lanzamiento de un producto se toma en cuenta aspectos legales				1	1	1	1	1	5	100								0	0	100	5
25	Cada producto cuenta con un registro o evaluación de la satisfacción que éste proporciona				1	1	1	1	1	4	80			1					1	20	100	5
26	Cada producto cuenta con un plan de difusión eficaz y verídico sobre los beneficios que este aporta				1	1	1	1	1	5	100								0	0	100	5
27	Cada producto financiero cuenta con un plan de desarrollo y mejora				1	1	1	1	1	5	100								0	0	100	5

Figura 92: anexo 9.2
Elaborado por: Los autores

PRESTACION DEL SERVICIO								0	0			0	0	0	0	
28	Cada uno de los productos sigue un plan de cumplimiento anual o periódico				1	1	1	1	4	80	1		1	20	100	5
29	En cada uno de los productos el funcionario encargado tiene la adecuada capacitación del mismo				1	1	1	1	4	80	1		1	20	100	5
30	En cada área de trabajo se cuenta con objetivos de calidad en el servicio				1	1	1	1	4	80	1		1	20	100	5
31	Para la adecuada comercialización del producto se dispone de recursos tecnológicos eficaces				1	1	1	1	1	5			0	0	100	5
									0	0			0	0	0	0
VALIDACION DE LOS PROCESOS									0	0			0	0	0	0
32	Cada producto sigue un proceso debidamente calificado y documentado				1	1	1	1	4	80	1		1	20	100	5
33	Cada proceso identifica los elementos de entrada y salida				1	1	1	1	4	80	1		1	20	100	5
34	Los productos financieros son evaluados y medidos según la características naturales de estos				1	1	1		3	60	1	1	2	40	100	5
									0	0			0	0	0	0
PROPIEDAD DEL CLIENTE									0	0			0	0	0	0
35	La base de datos de los socios y clientes maneja niveles de seguridad				1	1	1	1	1	5			0	0	100	5
									0	0			0	0	0	0
CONTROL DE LOS EQUIPOS DE SEGUIMIENTO									0	0			0	0	0	0
36	Existe un adecuado seguimiento de los productos financieros				1	1	1	1	4	80	1		1	20	100	5
37	La institución cuenta con equipos para realizar seguimiento de sus productos				1	1	1		3	60	1	1	2	40	100	5
38	Existe un control para cada producto financiero				1	1	1		3	60	1	1	2	40	100	5
									0	0			0	0	0	0
MEDICION Y MEJORA									0	0			0	0	0	0
39	La institución cuenta con una adecuada planificación de sus productos				1	1	1	1	4	80	1		1	20	100	5
40	Posee un plan de mejora para cada uno de sus productos				1	1	1	1	1	5			0	0	100	5
41	Posee un plan de seguimiento para cada uno de sus productos				1	1	1	1	4	80	1		1	20	100	5
42	Existe un análisis de lo que cada producto brinda al socio - cliente				1	1	1	1	4	80	1		1	20	100	5
43	Se emplea métodos o herramientas técnicas para el análisis de la información de los productos financieros				1	1	1	1	1	5			0	0	100	5

Figura 93: anexo 9.3
Elaborado por: Los autores

SATISFACION AL CLIENTE									0	0				0	0	0	0
44	Se aplica métodos de recolección de datos hacia los socios clientes				1	1	1	1	4	80				1	20	100	5
45	Que periodicidad en el año aplican métodos de recolección de datos								0	0				0	0	0	0
46	Existe una planificación idónea para el levantamiento de la información				1	1	1	1	4	80				1	20	100	5
47	Posee la institución requisitos base para medir la satisfacción de sus socios clientes				1	1	1		3	60		1	1	2	40	100	5
									0	0				0	0	0	0
SEGUMIENTO Y MEDICION DE LOS PROCESOS									0	0				0	0	0	0
48	Métodos para el seguimiento y evaluación de cada uno de los procesos				1	1	1	1	4	80				1	20	100	5
49	Existe puntos de aseguramiento del nivel de la eficiencia para cada proceso				1	1	1	1	4	80				1	20	100	5
50	existen estándares o indicadores para cada proceso				1	1	1	1	4	80				1	20	100	5
									0	0				0	0	0	0
SEGUMIENTO Y MEDICION DEL PRODUCTO									0	0				0	0	0	0
51	Se realiza un análisis de los productos Pre venta				1	1	1		3	60		1	1	2	40	100	5
52	Seguimiento de los productos Post venta				1	1	1		3	60		1	1	2	40	100	5
53	Se analiza las características del producto ofertado				1	1	1	1	4	80				1	20	100	5
									0	0				0	0	0	0
ANALISIS DE DATOS									0	0				0	0	0	0
54	Se analiza la satisfacción de los socios clientes en cada uno de los productos				1	1	1		3	60		1	1	2	40	100	5
55	Se emplea estadísticas de satisfacción del cliente para la mejora del servicio o los productos				1	1	1		3	60		1	1	2	40	100	5
56	Se analizan datos de las características de los productos para mejorar la calidad del producto				1	1	1		3	60		1	1	2	40	100	5
									0	0				0	0	0	0
MEJORA CONTINUA									0	0				0	0	0	0
57	Existe un plan de mejora continua				1	1	1	1	15	100				0	0	100	5
58	Existe una política de calidad en cada área de la institución				1	1	1	1	4	80				1	20	100	5
59	Se conoce de objetivos de calidad que permitan mejorar continuamente				1	1	1	1	4	80				1	20	100	5
60	existe recolección de datos en lo referente a inconformidades del servicio o producto				1	1	1		3	60		1	1	2	40	100	5
61	En caso de inconformidad se analizan las causas para la debida corrección				1	1	1		3	60		1	1	2	40	100	5
62	Se aplican medidas de corrección para las anomalías que se presenten en el producto o servicio				1	1	1		3	60		1	1	2	40	100	5

Figura 94: anexo 9.4
Elaborado por: Los autores

PLANIFICACION									0	0					0	0	0	0
Objetivos de la calidad									0	0					0	0	0	0
63	Las funciones del personal están acordes al cumplimiento de los objetivos de calidad				1	1	1	1	15	100					0	0	100	5
64	Los objetivos de calidad son medibles y alcanzables				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
65	Se mantiene la integridad del sistema de gestión de la calidad cuando se planifican e implementan cambios en los objetivos de calidad				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
RESPONSABILIDAD, AUTORIDAD Y COMUNICACIÓN									0	0					0	0	0	0
66	Las responsabilidades y autoridades están definidas dentro de la organización				1	1	1	1	15	100					0	0	100	5
REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN									0	0					0	0	0	0
67	Existe un representante que haga reemplazo a la dirección en caso de ser ausente				1	1	1	1	15	100					0	0	100	5
68	Existe un sistema de comunicación interno apropiado y eficiente				1	1	1		3	60	1	1			2	40	100	5
69	Las oportunidades de mejora son analizadas y evaluadas				1	1	1		3	60	1	1			2	40	100	5
70	Existe un análisis de auditoría en cada uno de los procesos				1	1	1		3	60	1	1			2	40	100	5
INFORMACION DE ENTRADA PARA LA REVISIÓN									0	0					0	0	0	0
71	La ejecución de los procesos encaminan a un resultado conforme para el cliente				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
72	La secuencia de procedimientos permite comodidad del cliente				1	1	1		3	60	1	1			2	40	100	5
73	Existen opciones de mejora propuestas por los miembros de la organización				1	1			2	40	1	1	1		3	60	100	5
RESULTADOS DE LA REVISIÓN									0	0					0	0	0	0
74	Se realiza estudios por parte de la dirección para aplicar medidas de mejora en los procesos				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
75	se toma en cuenta los requisitos del cliente en cada uno de los cambios realizados				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
76	Se provee de recursos necesarios para los cambios realizados				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
PROVISIÓN DE RECURSOS									0	0					0	0	0	0
77	Existe suficiente predisposición de la dirección para asignación de recursos necesarios para conllevar la mejora de procesos.				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
78	Los recursos disponibles se encuentran a un fácil alcance al momento indicado.				1	1	1	1	15	100					0	0	100	5

Figura 95: anexo 9.5
Elaborado por: Los autores

RECURSOS HUMANOS									0	0					0	0	0	0
79	El personal encargado de los procesos tiene un conocimiento claro de cada uno de ellos				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
80	El personal posee habilidades y destrezas para llevar acabo los procesos				1	1	1	1	5	100					0	0	100	5
81	Existen capacitaciones periódicas para el personal				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
	Competencia, formación y toma de conciencia								0	0					0	0	0	0
82	Se determina la competencia necesaria para el personal				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
83	Se concientiza al personal de la importancia del cumplimiento de las actividades encaminadas al cumplimiento de los objetivos de calidad				1	1	1	1	5	100					0	0	100	5
	INFRAESTRUCTURA								0	0					0	0	0	0
84	Existe un a infraestructura apropiada para la prestación del servicio				1	1	1	1	4	80	1				1	20	100	5
85	Las áreas de trabajo cuentan con un espacio considerable y cómodo para el socio y cliente				1	1	1		3	60	1	1			2	40	100	5
86	Posee tecnología apropiada y suficiente para la prestación del servicio				1	1	1		3	60	1	1			2	40	100	5
87	Existen servicios de apoyo tales como trasporte, comunicación o sistemas de información				1				1	20	1	1	1	1	4	80	100	5
	CLIMA LABORAL								0	0					0	0	0	0
88	Existe comunicación verbal y apropiada entre compañeros de trabajo				1				1	20	1	1	1	1	4	80	100	5
89	Existe apoyo y confianza por parte de los compañeros de trabajo				1				1	20	1	1	1	1	4	80	100	5
90	Se aplican principios y valores morales en el desempeño de actividades				1	1	1		3	60	1	1			2	40	100	5

Figura 96: anexo 9.6

Elaborado por: Los autores

ANEXO 10

MATRIZ FODA

Tabla 79
Factores externos
F

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS	Cuenta con los recursos suficientes para la prestación del servicio	La dirección no realiza estudios para contribuir al cumplimiento de los requisitos del cliente
	Los empleados conocen a cabalidad los procesos a seguirse para el cumplimiento del servicio y oferta del producto.	Los funcionarios no conocen a cabalidad las políticas de calidad
	Existe predisposición por parte de la dirección para implementar un sistema de gestión de calidad	No existe planificación en la creación de productos
	Infraestructura cuenta con requisitos del cliente	No existe medición de la satisfacción que genera cada uno de los productos
	Existe tecnología apropiada para la prestación del servicio	No existe equipo necesario para realizar el seguimiento de los productos ofrecidos al socio y cliente
	Existen políticas de calidad.	No existe control adecuado para cada producto financiero
	Existen capacitaciones periódicas para los empleados	No existe plan de mejora para los productos
	La organización cuenta con un plan de desarrollo y mejora del producto.	No se realiza análisis de satisfacción del socio y cliente en cuanto al producto que reciben.
	La base de datos de los socios y clientes maneja niveles de seguridad	No se analizan las causas de inconformidad del producto o servicio.
		No se aplica medidas correctivas en productos y servicios encontrados en el producto.
	No existe un sistema de comunicación interno eficiente	
	No existe intervención de auditoría en la ejecución de servicios y realización de procesos	
	La secuencia e interacción de procesos no es cómoda para el socio y cliente	
	No existen opiniones por parte de los empleados para la mejora del servicio.	
	Las áreas de trabajo no cuentan con el espacio suficiente para la prestación del servicio	
	No existen servicios de apoyo para la prestación del servicio	
	No existe comunicación adecuada y eficiente por parte del personal involucrado.	
	No existe apoyo y confianza por parte de los compañeros de trabajo	
	No se emplean métodos o herramientas técnicas para el análisis de la información.	

Elaborado por: Los autores

Tabla 80
Factores internos

FACTORES INTERNOS	OPORTUNIDADES	ANENAZAS
	<p>La exigencia de requisitos de prestación del servicio de crédito es fácilmente alcanzada por el cliente</p> <p>Se aplica metodos de recoleccion de datos hacia los socios y clientes</p> <p>Las políticas de calidad se encuentran enfocadas al propósito de la organización.</p>	<p>No se realiza análisis de productos preventa</p> <p>No se realiza análisis de productos post-venta</p>

Elaborado por: Los autores

ESTRATEGIAS MATRIZ FODA

Tabla 81
Estrategias F-O D-O

(F - O)	(D - O)
<p>1, Aprovechar la disponibilidad de recursos y facil acceso de los requisitos para el cliente para crear nuevos productos crediticios enfocados a ciertos segmentos de mercado.</p> <p>2, Utilizar métodos de recoleccion de datos de los socios y clientes para realizar ofertas de productos y servicios.</p> <p>3, Utilizar la tecnología adecuada para dar a conocer al personal las políticas de la organización y a su vez el enfoque claro de la vision y mision de la institucion.</p> <p>4, Crear una política de calidad que encamine al cumplimiento del plan de desarrollo y mejora</p> <p>5, Enfocar parte de las capacitaciones hacer que el personal conozca la política de calidad en el área de crédito.</p>	<p>1, Impulsar al personal a conocer la política y objetivos de calidad en un determinado tiempo tomando en cuenta que dicha política esta enfocadas al propósito del area de crédito.</p> <p>2, La dirección debe realizar estudios mediante los métodos de recolección de datos de la institucion para lograr el mejoramiento continuo de la organización que permita el alcance de los objetivos establecidos.</p> <p>4, Tomar en cuenta los resultados de la recolección de datos de los socios y clientes para proponer productos acordes a sus expectativas y posibilidades.</p> <p>5, Enlistar las causas de inconformidades que genera el producto en el mercado para mediante las políticas de calidad realizar su mejora continua.</p> <p>6, Mejorar el sistema de comunicación interno con tecnología adecuada q permita contribuir a la calidad del servicio al socio y cliente.</p>

Elaborado por: Los autores

Tabla 82
Estrategias F-A D-A

(F - A)	(D - A)
<p>Enfocar políticas hacia el análisis de productos preventa y post venta</p> <p>Crear políticas de seguimiento del producto en el mercado para mejorar continuamente</p> <p>Aprovechar la disponibilidad de recursos para mejorar continuamente el producto después de su análisis post venta.</p> <p>Capacitar al personal en cuanto a mejora del producto o servicio para ofrecer al mercado</p> <p>Encaminar un plan de desarrollo para la mejora considerable del producto</p> <p>Utilizar la tecnología apropiada para la atención al socio y cliente</p>	<p>Incentivar al personal mediante bonos, premios o reconocimientos como el empleado del mes para mejorar la atención al público y las metas establecidas.</p> <p>Aplicar medidas correctivas oportunas al producto o servicio ofertado al mercado para evitar el riesgo operativo.</p> <p>Mejorar los sistemas de comunicación internos mediante la instalación de redes internas de uso personal para integrar al cliente interno.</p> <p>Mejorar la comodidad del cliente externo mediante la eliminación o reducción de procesos burocráticos que impiden la mejor atención del socio y cliente.</p> <p>Realizar reuniones oportunas por parte de la dirección y empleados involucrados para tratar asuntos de mejora del producto</p> <p>Aplicar auditoría interna y evaluar la realización de procesos para la oferta del producto y servicio en el área de crédito.</p> <p>Convocar a reunión por parte de la dirección con la finalidad de realizar brainstorming para conseguir ideas y opiniones para mejorar la calidad del producto y servicio.</p> <p>Acondicionar las áreas de trabajo de crédito con atractivos que permitan la mejora de la imagen de la institución e incrementar la comodidad y seguridad del cliente.</p> <p>facilitar servicios de apoyo para la prestación del servicio al cliente como la compra o adquisición de vehículo para el área de crédito y cobranza que permita la agilidad y mejora del servicio al cliente.</p> <p>Realizar actividades grupales que permitan la interacción y participación de cada uno para mejorar la comunicación interna y trabajo en equipo.</p>

Elaborado por: Los autores

ANEXO 11

Socialización de estrategias con las áreas de negocios y marketing de la institución



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
TULCÁN LTDA.

Tulcán, 02 de Octubre del 2013

CERTIFICADO

Por medio del presente pongo en conocimiento que las estrategias del plan de marketing del tema de investigación "Análisis de la Calidad del Servicio y la participación del mercado de la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda. En la provincia del Carchi" propuestas por los señores Jefferson Fernando Benavides Quintero con N° C.I 040151395-7 y John Byron Villota Delgado con N° C.I 040125364-6, fueron socializadas con el área de Negocios de la institución así como también con el área de marketing, considerando dichas estrategias como importantes para la mejora en la atención al socio- cliente e incremento en la participación de mercado , lo que permitirá elevar el nivel de competitividad en la localidad.

Particular que certifico para los fines pertinentes


Atentamente,
Ing. Pablo Hernandez Rosero
C.I: 0401140033
Jefe de marketing Coop. Tulcán



Tulcán Sucre y Atahualpa Telf.: 2980 514 Fax: 2980 730	Quito Av 10 de Agosto N2380 Y Alonso de Mercadillo (02) 2558 199 3215 644	Ibarra Av. Pérez Guesnera 5,54 y Bolívar Telf.: 2955 964 2640 133	San Gabriel Sucre y Bolívar (Parque Principal) Telf.: 2290 314 2291 712	El Ángel Esmeraldas y Bolívar Telf.: 2979 000.	Huaca 8 de Diciembre y Juan Montalvo Telf.: 2973 495	Julio Andrade Tarquí y 13 de Abril Telf.: 2205 099
--	--	--	--	---	--	---

www.cooptulcan.com

Figura 97: anexo 11
Elaborado por: Los autores

ANEXO 12

Interés de cartera de crédito marzo del 2013

ESTADO ANALITICO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (EN DOLARES)		FORM No. 501
ENTIDAD INFORMANTE : COOPERATIVA TULCAN OFICINA : COOPERATIVA "TULCAN" LTDA.		CODIGO OFICINA : 1143 MES DE MARZO DE 2013
CUENTA	NOMBRE	SALDO
5	CUENTAS DE RESULTADOS ACREEDORAS	
5	INGRESOS	
51		
5101		
510110		
5103		
510310		
5104	INTERESES DE CARTERA DE CREDITOS	2,489,296.59
510405		
51040502		
510410		
51041001		
51041002		
51041004		
510415		
51041502		
510420		
51042004		
5190		
519090		

Figura 98: anexo 12.1
Elaborado por: Los autores

Interés de cartera de crédito junio 2013

ESTADO ANALITICO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (EN DOLARES)		FORM No. 501
ENTIDAD INFORMANTE : COOPERATIVA TULCAN OFICINA : COOPERATIVA "TULCAN" LTDA.		CODIGO OFICINA : 1143 MES DE JUNIO DE 2013
CUENTA	NOMBRE	SALDO
5	CUENTAS DE RESULTADOS ACREEDORAS	
5	INGRESOS	5,605,934.34
51		
5101		
510110		
5103		
510310		
5104	INTERESES DE CARTERA DE CREDITOS	5,197,862.03
510405		
51040502		
510410		
51041001		
51041002		

Figura 99: anexo 12.2
Elaborado por: Los autores

Presupuesto publicidad y propaganda a Marzo del 2013

ESTADO ANALITICO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (EN DOLARES)		FORM No. 501
ENTIDAD INFORMANTE : COOPERATIVA TULCAN OFICINA : COOPERATIVA "TULCAN" LTDA.		CODIGO OFICINA : 1143 MES DE MARZO DE 2013
CUENTA	NOMBRE	SALDO
45019016		
45019017		
4502		
450205		
45020501		
45020502		
45020503		
45020506		
45020507		
45020512		
45020515		
450210		
45021001		
45021002		
4503		
450305		
45030501		
45030502		
45030503		
450310		
450315		
45031501	Publicidad y propaganda	
45031502		29,668.29

Figura 100: anexo 12.3
Elaborado por: Los autores

Presupuesto publicidad y propaganda a Junio del 2013

ESTADO ANALITICO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (EN DOLARES)		FORM No. 501
ENTIDAD INFORMANTE : COOPERATIVA TULCAN OFICINA : COOPERATIVA "TULCAN" LTDA.		CODIGO OFICINA : 1143 MES DE JUNIO DE 2013
CUENTA	NOMBRE	SALDO
45019016		
45019017		
45019018		
4502		
450205		
45020501		
45020502		
45020503		
45020506		
45020507		
45020512		
45020515		
450210		
45021001		
45021002		
4503		
450305		
45030501		
45030502		
45030503		
450310		
450315		
45031501	Publicidad y propaganda	
45031502		135,774.84
45031503		

Figura 101: anexo 12.4
Elaborado por: Los autores

ANEXO 13

Cotización Q-MATIC



		Cotización # C-5921		
		COOP. TULCÁN		
Para:		SISTEMA DE CALIFICACIÓN		
COOP. TULCÁN				
Quito - Ecuador				
Fecha	Tiempo de entrega	Validez	Vendedor	Marca
18-nov-2013	10 DÍAS recibida la orden de compra o autorización	30 días		SIPSE
Garantía	Solicitante	Forma de Pago		FOB Point
6 meses		Contado		
Cant.	Número parte	Descripción	Precio unitario en US\$	Total en US\$
1	110080	Sistema (SOFTWARE) de Calificación (POR AGENCIA)	\$ 900,00	\$ 900,00
6	801102	Calificador Touch Screen	\$ 120,00	\$ 720,00
1	100-100	Intslación y soporte técnico (POR AGENCIA)	\$ 350,00	\$ 350,00
Observaciones:			Total US\$	\$ 1.970,00
1.- Esta cotización no incluye el 12% del IVA.				
_____ Firma Autorizada COOP. TULCÁN		 _____ Gonzalo Oviedo Qmatic Ecuador Cia. Ltda.		
Q-MATIC ECUADOR CIA. LTDA.				
RUC 1791432762001				
Av. Amazonas N39-169 y Gaspar de Villarroel 4 to Piso Of. 404				
Telefono: (593-2) 2921883 / (593-2) 2922765 - Fax (593-2) 22569002				
www.q-matic.ec				

Figura 102: anexo 13
Elaborado por: Los autores

ANEXO 14

Cotización MEGAOFERTAS

MO MEGAOFERTAS	
ELECTRODOMESTICOS	

COTIZACION

Tulcán, 20 de Noviembre del 2013

Sres.

COOPERATIVA TULCAN


Presente.-

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V.UNIT	V.TOTAL
12	D.V.D LG – ENTRADA USB	40,00	480,00
12	PLANCHA VAPOR OSTER BS 5804 -ANTIHADERENTE	23,50	282,00
12	LICUADORA OSTER 3 VELOCIDADES	79,00	948,00
12	RADIO GRABADORA SONY –USB- MP3	86,00	1032,00

TOTAL \$ 2742.00

***LOS PRECIOS YA INCLUYEN IVA**

ATENTAMENTE


SR. CARLOS NARVAEZ


MO MEGAOFERTAS
ELECTRODOMESTICOS
TULCÁN - ECUADOR

DIRECCION: Bolivar y Boyacá Cel. 080734509 E-mail: megaofertasn@hotmail.com
TULCAN - ECUADOR

Figura 103: anexo 14
Elaborado por: Los autores

ANEXO 15

Cotización COMFABRIOGAR



Crea Confianza y Calidad

PROFORMA

MOTOS ★
ELECTRODOMÉSTICOS ★


FECHA: 20 DE NOVIEMBRE DEL 2013


CLIENTE: COOP DE AHORRO Y CREDITO TULCAN
Dir: SUCRE Y ATAHUALPA

CANT	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	MOTO:		\$ 1.600,00
	MARCA: GALARDI		
	MODELO: GL200BR		
1	MOTO:		\$ 1.400,00
	MARCA: RANGER		
	MODELO: 200GY-8		
		SUB TOTAL	\$ 3.000,00
		IVA 0%	
		IVA 12%	\$ 360,00
		TOTAL	\$ 3.360,00

NOTA: EL PRECIO ES DE CONTADO E INCLUYE MATRICULA, SOAT, CÁSCO, KIT DE HERRAMIENTAS Y EL PRIMER MANTENIMIENTO.

ATENTAMENTE:


HUGO POZO ENRIQUEZ
GERENTE



COMFABRIOGAR
RUC: 0100700152001
Tels: 2980819 - 983 925 - TULCÁN

Figura 104: anexo 15
Elaborado por: Los autores

ANEXO 16

Plan celular

Planes con el DOBLE de minutos POR 1 AÑO

MEGAS Y MENSAJES ESCRITOS

ADEMÁS DE LAS REDES SOCIALES DE FACEBOOK Y TWITTER ILIMITADAS

<p>Plan \$22 + imp. mensuales. Cámara de 2 megapíxeles. Teclado completo QWERTY</p> <p>Por solo \$10 + imp.</p> <p>Tarifa final del plan: \$24,64 Precio final del equipo: \$11,20 300 MB de navegación.</p>	<p>Plan \$25 + imp. mensuales. Cámara de 2 megapíxeles. Conectividad WiFi</p> <p>Por solo \$10 + imp.</p> <p>Tarifa final del plan: \$28,00 Precio final del equipo: \$11,20 300 MB de navegación, 20 mensajes escritos a móviles Claro, Facebook y Twitter ilimitado.</p>	<p>Plan \$30 + imp. mensuales. Cámara de 3,2 megapíxeles. Procesador 1 GHz</p> <p>Por solo \$29 + imp.</p> <p>Tarifa final del plan: \$33,60 Precio final del equipo: \$32,48 300 MB de navegación, 40 mensajes escritos a móviles Claro, Facebook y Twitter ilimitado.</p>
<p>Plan \$40 + imp. mensuales. Cámara de 5 megapíxeles. Sistema Operativo Windows Phone 8.</p> <p>Por solo \$49 + imp.</p> <p>Tarifa final del plan: \$44,80 Precio final del equipo: \$34,88 500 MB de navegación, 80 mensajes escritos a móviles Claro, Facebook y Twitter ilimitado.</p>	<p>Plan \$40 + imp. mensuales. Cámara de 5 megapíxeles. Conectividad WiFi</p> <p>Por solo \$119 + imp.</p> <p>Tarifa final del plan: \$44,80 Precio final del equipo: \$133,28 500 MB de navegación, 80 mensajes escritos a móviles Claro, Facebook y Twitter ilimitado.</p>	<p>Plan \$60 + imp. mensuales. Cámara de 8 megapíxeles. Procesador Dual Core 1 GHz</p> <p>Por solo \$119 + imp.</p> <p>Tarifa final del plan: \$67,20 Precio final del equipo: \$133,28 700 MB de navegación, 200 mensajes escritos a móviles Claro, Facebook y Twitter ilimitado.</p>
<p>Plan \$70 + imp. mensuales. Cámara de 5 megapíxeles. Conectividad WiFi</p> <p>Por solo \$239 + imp.</p> <p>Tarifa final del plan: \$78,40 Precio final del equipo: \$267,68 800 MB de navegación, 200 mensajes escritos a móviles Claro, Facebook y Twitter ilimitado.</p>	<p>Plan \$80 + imp. mensuales. Cámara de 8 megapíxeles. Sistema Operativo Windows Phone 7.</p> <p>GRATIS</p> <p>Tarifa final del plan: \$89,60 900 MB de navegación, 300 mensajes escritos a móviles Claro, Facebook y Twitter ilimitado.</p>	<p>Plan \$100 + imp. mensuales. Cámara de 8 megapíxeles. Pantalla táctil.</p> <p>Por solo \$299 + imp. ANTES \$389</p> <p>Tarifa final del plan: \$112,00 Precio final del equipo: \$334,88 1000 MB de navegación, 400 mensajes escritos a móviles Claro, Facebook y Twitter ilimitado.</p>

Síguenos en: Claro Ecuador @ClaroEcu

Promoción válida del 11 de noviembre de 2013 al 06 de Enero de 2014 o hasta agotar stock. **Planes Ideales Personales** incluyen desde 43 hasta 430 minutos para llamadas a números móviles Claro que equivalen desde 54, hasta 430 minutos para llamadas a otras operadoras móviles o desde 63 hasta 430 minutos para llamadas a operadoras fijas según el plan contratado. Minutos y mensajes escritos promocionales son a números móviles Claro. Promoción Doble de Minutos, Megs y Mensajes Escritos es por 12 meses consecutivos a partir del primer mes de facturación completa. Aplica para llamadas con destino en Ecuador. Redes Sociales limitadas forman parte de la tarifa mensual del plan y son válidas en aplicaciones oficiales de Facebook y Twitter. Cliente no necesita activar un paquete de datos para tener el beneficio de las Redes Sociales Facebook y Twitter ilimitadas. Navegación en otros sitios diferentes de la aplicación Facebook y Twitter será descontada del paquete contratado. Equipos sujetos a la permanencia del cliente dentro del plazo del plan contratado, en caso de terminación unilateral anticipada del cliente, deberá pagar el valor correspondiente por equipo. Plazo mínimo de plan: 24 meses. Navegación y descarga de Software sujetos a la capacidad tecnológica del equipo. Precio final del MB adicional: \$0,112. Más información en www.claro.com.ec

Figura 105: anexo 16
Elaborado por: Los autores

ANEXO 17

Detalle de cooperativas del segmento 3 en la provincia del Carchi.

Tabla 83
Cooperativas del segmento 3

COOPERATIVAS PERTENECIENTES AL SEGMENTO 3		
RUC	RAZÓN SOCIAL	SEGMENTO
1091722425001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ESCENCIA INDIGENA LTDA	Segmento 3
0490009124001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN GABRIEL LTDA.	Segmento 3
1091712284001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MUJERES UNIDAS "Tantanakushka Warmikunapak" - CACMU	Segmento 3
0490007458001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO EDUCADORES TULCAN LTDA.	Segmento 3
1091720902001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PILAHUIN TIO LTDA	Segmento 3
1091732935001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ACCION IMBABURAPAK LTDA	Segmento 3
0590061379001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO	Segmento 3

Elaborado por: Los autores

ANEXO 18

Detalle en miles de colocación en dólares de las cooperativas del segmento 3 en la provincia del Carchi

Tabla 84

Cartera total del Segmento 3

CARTERA TOTAL SEGMENTO 3				
Tipo de Cartera	Cantidad en Miles de Dólares del total del segmento 3	Porcentaje	Promedio de 83 Cooperativas	Estimado de Cooperativas en sector norte del País
Crédito Comercial	26.489.595,07	1,93	319.151,75	2.234.062,23
Crédito de Consumo	670.373.716,03	48,92	8.076.791,76	56.537.542,32
Crédito de Vivienda	119.415.461,73	8,71	1.438.740,50	10.071.183,52
Crédito de Microempresa	554.145.088,61	40,44	6.676.446,85	46.735.127,96
Total	1.370.423.861,44	100	16.511.130,86	115.577.916,03

Elaborado por: Los autores

ANEXO 19

Punto de referencia del nivel de colocación o cartera de las cooperativas del segmento 3 en la provincia del Carchi

Representación gráfica nivel de colocación de cartera

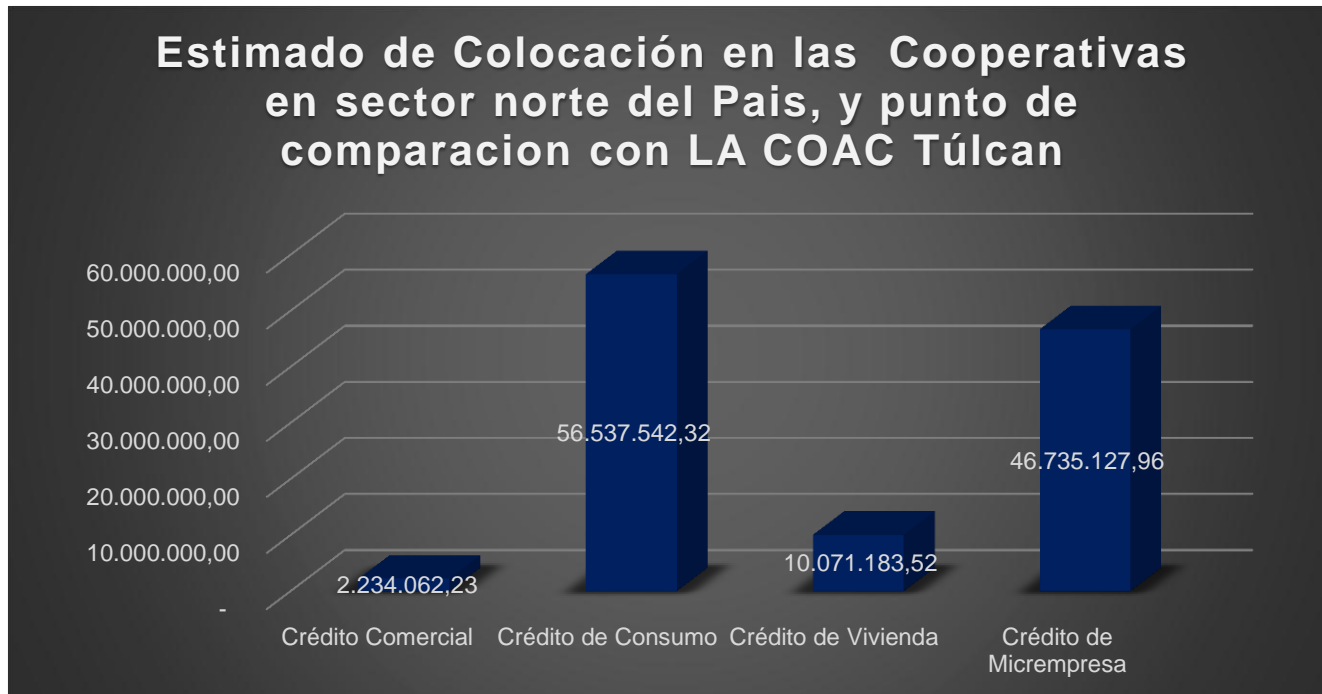


Figura 106: Representación gráfica nivel de colocación de cartera



Fuente: SEPS (2013). *Cooperativas financieras clasificadas por segmentos*. Recopilado de:

<http://www.seps.gob.ec/web/guest/sector-cooperativo>

Elaborado por: Los autores

ANEXO 20

Socialización de manuales de calidad elaborados en la presente tesis

Tulcán 10-Junio-2014

A petición verbal de la parte interesada tengo a bien:

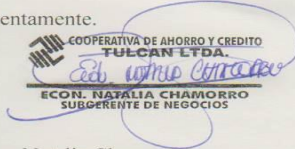
Certificar

Que los Señores John Byron Villota Delgado con C.I 040125364-6 Y Jefferson Fernando Benavides Quintero con C.I. 0401513957 socializaron los manuales de calidad que forman parte de su trabajo de tesis para beneficio de la Institución, manuales que han sido elaborados por su parte y han sido revisados por la Subgerencia de Negocios de la Cooperativa.

Considero que este aporte puede ser beneficioso dentro de las actividades del área de crédito.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad facultando a los interesados hacer uso del presente como estimen conveniente.

Atentamente,


ECON. NATALIA CHAMORRO
SUBGERENTE DE NEGOCIOS

Eco. Natalia Chamorro
SUBGERENTE DE NEGOCIOS de Cooperativa de Ahorro y Crédito “Tulcán.”

MATRIZ Sucre y Atahualpa (esq.) Telfs.: 2984 891 / 2984 892 Fax.: ext. 125	Tulcán Sucre y Atahualpa (esq.) Telfs.: 2980 516 / 2980 730	Quito Av. 10 de agosto y Alonso de Mercadillo Telfs.: 2558 199 / 3215 044	Ibarra Av. Pérez Gerrero 554 y Bolívar Telf.: 2955 964 / 2640 133	San Gabriel Sucre y Bolívar (Parque Principal) Telfs.: 2290 314 / 2291 712 Fax.: 2290 391	El Ángel Esmeraldas y Bolívar Telf.: 2978 000	Huaca 8 de Diciembre entre Cristóbal Colón y Juan Montalvo Telf.: 2973 495	Julio Andrade Tarquí y 13 de Abril / Telf.: 2205 099
--	--	--	--	--	--	---	---

www.cooptulcan.com

Figura 107: Socialización de manuales con la institución
Elaborado por: Los autores

ANEXO 21

Matriz FODA de la COAC Tulcán elaborada en base a la observación directa en el mercado financiero de la provincia del Carchi.

MATRIZ FODA DE LA COAC TULCÁN

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	Lista de fortalezas	Lista de debilidades
	F1 Agilidad F2 Cordialidad y amabilidad F3 Presencia F4 Tecnología F5 Comodidad	D1 Procesos burocráticos D2 Perfil del trabajador D3 Impulsadora de productos D4 Personal capacitado
Lista de oportunidades	Estrategias FO (Maxi-Maxi)	Estrategias DO (Mini-Maxi)
O1 Crecimiento en el mercado O2 Nueva ley de economía popular y solidaria O3 Posicionamiento O4 Alianzas estratégicas	Estrategia 1 (F1-O1).- Capacitar a los funcionarios de la COAC Tulcán en lo referente al manejo del sistema operativo para brindar una mejor atención al cliente e incrementar el crecimiento de mercado Estrategia 2 (F4-O4).- Realizar convenios con otras instituciones y adquirir plataformas que permitan ampliar la cartera de servicios financieros en el mercado cooperativo de la provincia.	Estrategia 3 (D3-O3).- Establecer un plan de capacitación y visitas por parte de la impulsadora de productos hacia el mercado laboral a fin de alcanzar un mayor posicionamiento de la institución en el mercado de la provincia.
Lista de amenazas	FA (Maxi-Mini)	DA (Mini-Mini)
A1 Segmentación de mercado A2 Inflación A3 Lavado de dinero	Estrategia 4 (F2-A3).- Establecer un programa de coaching operativo para incrementar los conocimientos y habilidades capaces de identificar actividades ilícitas en el mercado financiero de la provincia	Estrategia 5 (D3-A1).- Realizar un programa de investigación de mercado por parte de la impulsadora de productos que permita identificar necesidades del nuevas de los socios a fin de crear, mejorar e innovar productos y servicios financieros para encontrar nuevos segmentos de mercado.

Figura 108: Matriz FODA COAC Tulcán
Elaborado por: Los autores

Análisis de la calidad del servicio y la participación de mercado
de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. en la
provincia del Carchi.

Nombre de los autores: Jefferson Fernando Benavides Quintero
John Byron Villota Delgado

Escuela de AEM
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)
Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana
Tulcán-Ecuador
Jeffe.r@hotmail.es
John_dl2236@hotmail.com

Resumen

En la presente investigación hemos considerado importante el enfoque hacia el sector cooperativo de la provincia del Carchi con una mayor orientación hacia la cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. al conocerle como una institución de prestigio, trayectoria y solvencia económica.

Como primer paso se determina el tipo de investigación a ser aplicado para luego delimitar el mercado y calcular el tamaño de la muestra tomando como referencia datos proporcionados por Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán en base a cuentas activas por agencia en la provincia del Carchi y proceder a la elaboración y aplicación de técnicas de investigación como las encuestas y entrevistas necesarias para obtener los resultados correspondientes al tema de nuestra investigación.

En el desarrollo del proyecto se determina la participación de mercado de las cooperativas financieras reguladas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en la provincia del Carchi tomando con fuente principal la página web del organismo de control SEPS y la utilización de herramientas de calidad para proponer un modelo de un sistema de gestión calidad basado en las normas ISO 9001:2008 direccionando nuestro trabajo hacia el departamento de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. En la provincia del Carchi al considerarle como el área de mayor exigencia financiera de la institución.

Para el desarrollo de la propuesta se procede a la creación de un chek list basado en los requerimientos de la norma ISO de calidad y se aplicó a los oficiales de negocios de las agencias de COAC Tulcán en la provincia, con la finalidad de descubrir puntos fuertes y débiles en la prestación del servicio y crear medidas de mejoramiento.

Con la finalidad de conseguir un mayor mejoramiento en la calidad del servicio de la institución se procedió a la elaboración de estrategias de marketing orientadas al incremento de participación de mercado y satisfacción del socio/cliente.

Palabras clave- Keywords

Participación de mercado, organismo de control, exigencia financiera, oficiales de negocios.

Abstract

In this investigation we have considered important approach to the cooperative sector in Carchi province, with an increased focus towards “Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda.” since we know it as a prestigious institution, its background and financial solvency.

As a first step it was determined the type of investigation which is applied, and then it was defined the market and calculated the sample size, with reference data provided by “Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán”, based on active accounts per branch in the Carchi province. Thus we proceeded with the development and application of research techniques such as surveys and interviews necessary to obtain the results for the topic of our research.

During development of project it is setting market participation of financial cooperatives which are regulated by the Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) in Carchi province, taking as a primary source website of SEPS control agency and the use of quality tools in order to suggest a model of a quality management system based on standards ISO 9001:2008, directing our work towards the credit department of Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. in Carchi province, considering it as the area of the greatest financial need for the institution.

For the development of the proposal we proceed to create a check list, based on the requirements of the ISO quality standard and apply to the official business of COAC Tulcán agencies in the province, with the aim of discovering strengths and weaknesses in service delivery and creating improvement measures.

In order to achieve a further improvement in the service quality of the institution it was come to develop marketing strategies aimed at increasing market share and partner/customer satisfaction.

Keywords

market share, watchdog, financial requirement, official business

YUYAITA PACTACHIC

Cai investigación rurashcapi, ricushcanchi sector cooperativo rishca, Carchi llactapi shinallata cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda. Nishca huasita porlaginchi cai cooperativami mañachipculquita runacunaman y shinalatami cai nishca huasipi, rigsi can cai Carchi llactapi.

Cai Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán nishca huasi primerota ricun runacunata, charin nacharin alpagucunata o imatapash carigta, chaimandami ricun mashnata runacunata mañachin

Shinalata ashta cooperativa huasicunatapash rijucun Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, cachi llactapi, cai nishca superintendencia charin página web nishcata, SEPS niscacunnatami can, shinallata runacunaman maquita cun, cai nishca huasimi basatishca can normas ISO 9001:2008 nishcapi. Chaimandami tian Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Cachi llactapi..

Shinallata cai COAC Tulcán. Agencia huasi ucupi runacuna trabajucunata curca shuc CHEC LIST nishcata, aimi norma ISO charin shicami trabajarca, ricungapa maipimi ministirin maquita cuita runacunaman. Cai huasica alita llugchingapami ministircarchi shuc marketing nishcapa caimi ricuchin runacunata, imata cai cooperativa villachin.

Runacunami ñucanchita alita natita ñucanchiman villan chaimandani COAC Tulcán ali can.

1. Introducción

La provincia del Carchi frontera norte con Colombia y cuya capital es la ciudad de Tulcán, es la puerta comercial y turística de del norte del Ecuador. La provincia del Carchi es la cuna del cooperativismo, con el transcurrir del tiempo esta provincia ha visto el surgimiento de organizaciones financieras muy importantes en la región, mismas que

contribuyen con el apoyo y dinamización de la economía local, entre las más reconocidas tenemos las siguientes:

- Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda.
- Cooperativa de ahorro y crédito Pablo Muñoz vega
- Cooperativa de Ahorro y Crédito Carchi, misma que fue absorbida por la cooperativa de Ahorro y crédito 29 de Octubre.

Este estudio se enfocó a una de las más importantes entidades financieras de la provincia del Carchi, analizando el servicio y el nivel de participación que esta tiene en comparación con su competencia.

La cooperativa de ahorro y crédito Tulcán es una institución financiera proveedora de productos financieros en la región norte del país por más de 50 años de trabajo y trayectoria exitosa.

Esta prestigiosa institución a nivel de la provincia del Carchi cuenta con cinco oficinas operativas, cada una de ellas con un aceptable nivel en la participación de mercado en cuanto se refiere a colocaciones (créditos).

Con este indicio, la cooperativa Tulcán, siempre está en la constante búsqueda de la calidad en sus productos financieros, así como la mejora continua en la prestación de servicios, para esto es necesario la gestión cada una de las actividades mediante un sistema de calidad en el área de mayor concurrencia de la institución.

La gestión de la institución está compuesta por varios departamentos del área operativa de la cooperativa (Inversiones, Crédito, Servicios cooperativos, Cajas, despachos), mismos que desenvuelven sus actividades diarias mediante procesos establecidos a través de manuales de procedimientos, pero sin ningún tipo de control de calidad.

Por ello se presenta el modelo de sistema de gestión de la calidad basado en las exigencias de la norma ISO de calidad en el área de crédito por ser una de las áreas más críticas, de

mayor exigencia laboral y análisis por la colocación de valores monetarios en varios segmentos de consumo, o para la dinamizar el sector micro empresarial.

2. Materiales y métodos

En este trabajo de investigativo se empleó una exploración de índole cuantitativa y cualitativa es decir se ocupara una modalidad mixta.

2.1 Investigación Cualitativa.- a través de esta investigación se identificó topar ciertos aspectos como: gustos y preferencias, inconformidades, desacuerdos y mejoras de las personas que están inmersas en el sector cooperativo, de la COAC Tulcán en la provincia del Carchi.

2.2 Investigación Cuantitativa.- con este trabajo investigativo se determinara el cálculo de la muestra a través de la población mediante el consolidado de las cuentas activas de la cooperativa Tulcán de las oficinas operativas ubicadas en la provincia del Carchi (Tulcán Julio Andrade, Huaca, San Gabriel, y el Ángel), con esto se aplicará las diversas técnicas de levantamiento de la información.

El tipo de investigación que se adoptó para determinar el porqué de los efectos ocurridos en el desempeño de la COAC Tulcán en el sector cooperativo de la provincia del Carchi, es de índole explicativo ya que es el más idóneo y apto para la investigación realizada de tal forma que se evidencio los resultados más exactos y necesarios para el desarrollo.

2.3 investigación de campo.

El tema se centró en la aplicación de encuestas con un listado de preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple enfocados a conocer las opiniones de la ciudadanía de la ciudad de Tulcán y las personas de las oficinas operativas en la provincia del Carchi, y constituyo una herramienta de información cuantitativa.

2.4 investigación documental.

Se refiere a la utilización de información existente como revistas, folletos, periódicos, libros referentes al tema de investigación. En el caso de la cooperativa Tulcán nos enfocamos a la información institucional existente.

2.5 Investigación exploratoria y de campo

Con este tipo de investigación se recolecto información a través de observación directa de hechos que se presentaron en cada una de las oficinas operativas de la cooperativa Tulcán en la provincia del Carchi.

Además se empleó las técnicas de recolección de campo como la entrevista y encuesta.

2.6 Investigación descriptiva.-

Con esta investigación permitió determinar y describir las principales características del servicio al cliente como la atención en los productos financieros y las características de la participación del mercado como la competencia y ventajas competitivas de la misma.

2.7 Investigación bibliográfica

Se investigó los textos de la Universidad UPEC referentes al tema, tesis con temas relacionados a la presente investigación y demás libros e información del Internet referentes al tema de la carrera de Administración de Empresas y Marketing.

3. Métodos de Investigación

Se empleó la siguiente metodología de investigación:

3.1 Método Deductivo.- Este método se lo utilizó para poder determinar el cálculo de la muestra a través de la población de los socios clientes activos de las oficinas operativas de la cooperativa Tulcán en la provincia del Carchi.

3.2 Método Inductivo. Con la aplicación de este método se analizó el servicio al cliente que brinda la cooperativa Tulcán para luego poder determinar el posicionamiento y la participación del mercado de la misma.

3.3 Método Analítico. Este método permitió analizar las respuestas de los encuestados en donde ellos mencionaron sus opiniones referentes al servicio al cliente que brinda la cooperativa Tulcán.

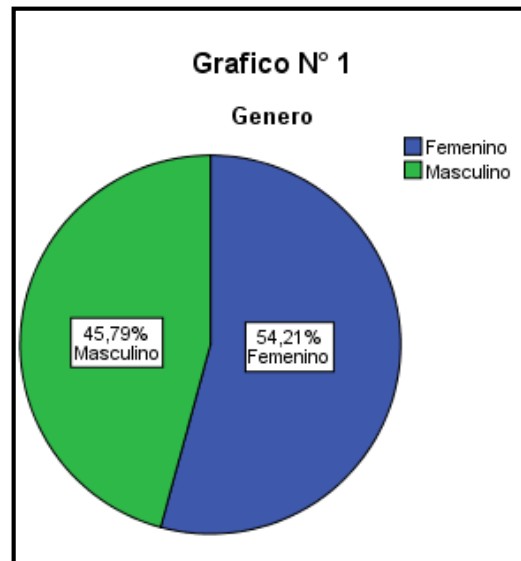
3.4 Método Sistémico. Con este método se determinó el logro de una coherencia en cada una de sus etapas de la investigación.

4. Resultados y la discusión

1. Señale con una X según corresponda

Tabla N°1					
Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Femenino	206	53,4	54,2	54,2
Válido	Masculino	174	45,1	45,8	100,0
	Total	380	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	6	1,6		
	Total	386	100,0		

Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada



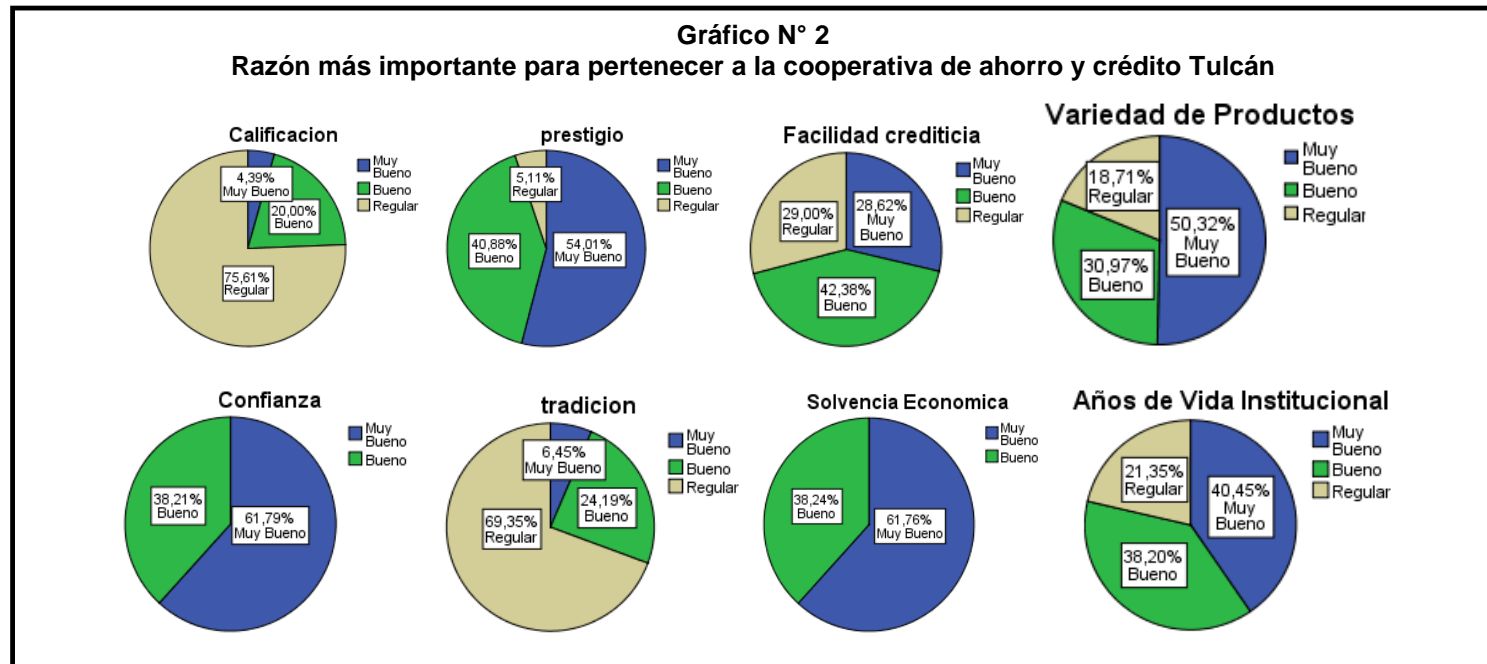
Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta

Considerando la figura antes realizada podemos observar que la mayor cantidad de cuenta ahorristas y encuestados pertenecen al sexo femenino por lo que se considera que la mayor cantidad del servicio se ofrece a este género mientras que el sexo masculino ocupa un porcentaje inferior.

2. Señale la razón más importante por las cuales usted decidió pertenecer a la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán.
(Califique del 1 al 3)

Tabla N° 2																	
Razón más importante para pertenecer a la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán																	
C	Indicador	Prestigio	Porcentaje	Facilidad Crediticia	Porcentaje	Variedad de Productos	Porcentaje	Años Vida Institucional	Porcentaje	Confianza	Porcentaje	Tradición	Porcentaje	Solvencia económica	Porcentaje	Calificación	Porcentaje
2.1	Muy Bueno	74	54,0	77	28,6	78	50,3	36	40,4	76	61,8	8	6,5	21	61,8	9	4,4
2.2	Bueno	56	40,9	114	42,4	48	31,0	34	38,2	47	38,2	29	23,4	13	38,2	41	20,0
2.3	Regular	7	5,1	78	29,0	29	18,7	19	21,3	0	0,0	87	70,2	0	0,0	155	75,6
	total	137	100	269	100	155	100	89	100	123	100	124	100	34	100	205	100

Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada



Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada

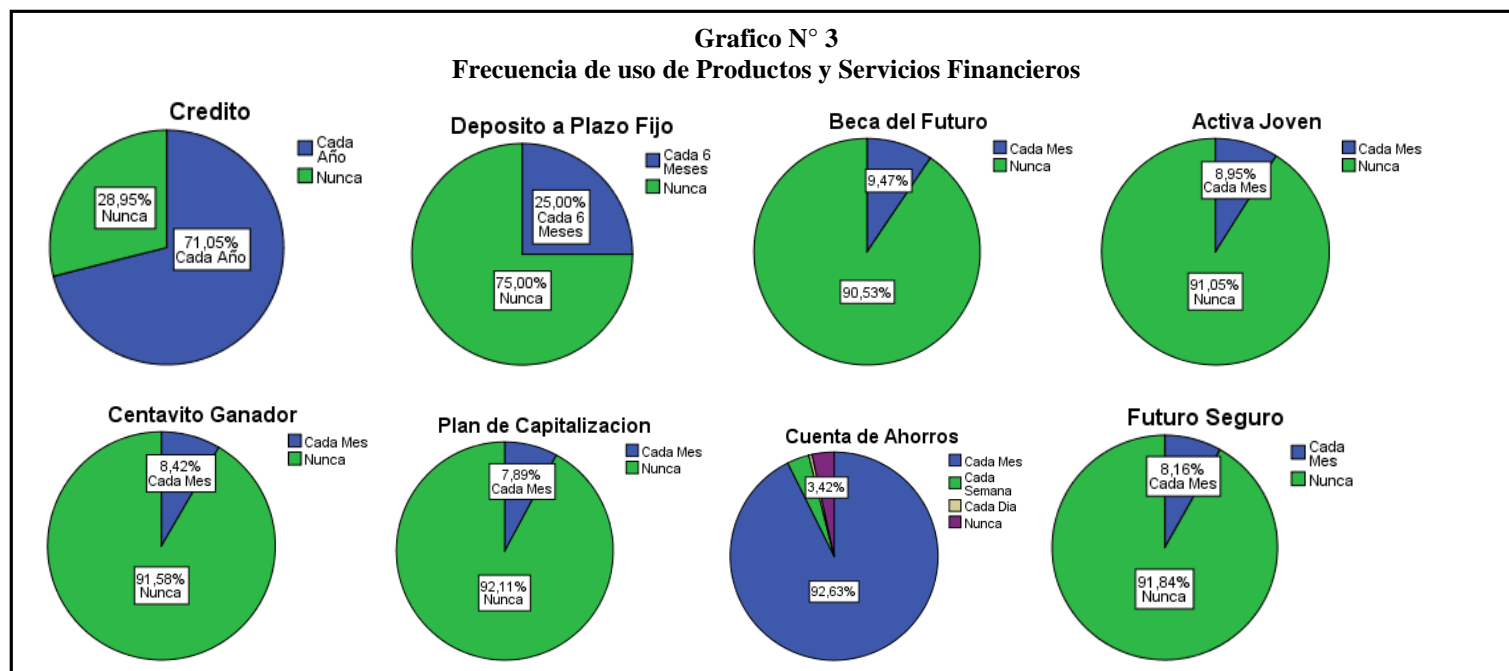
Existen razones fuertes por las cuales los socio/clientes decidieron pertenecer a la COAC Tulcán tales como: Prestigio, Facilidad crediticia, Solvencia económica y variedad de productos es decir que a lo largo de los años la institución ha logrado alcanzar un alto nivel de confiabilidad en el mercado de la provincia del Carchi y con ello el apoyo e incentivo por parte de los socio/clientes.

El que la institución sea apreciada por estos factores le hace mayormente competitiva en el mercado financiero de la provincia atacando así al principal competidor como lo es la Cooperativa de ahorro y crédito Pablo Muñoz Vega.

3. Señale la frecuencia con la que usted utiliza cada uno de los productos y servicios que ofrece la institución.

Tabla N° 3 Frecuencia de uso de Productos y Servicios Financieros																	
C	Indicador	Crédito	Porcentaje	DPF	Porcentaje	Beca del Futuro	Porcentaje	Activa Joven	Porcentaje	Centavito Ganador	Porcentaje	Plan de Capitalización	Porcentaje	Cuenta de Ahorros	Porcentaje	Futuro Seguro	Porcentaje
3.1	Cada Año	270	71,1														
3.2	Cada 6 Meses		0,0	95	25												
3.3	Cada mes		0,0		0	36	9,5	34	8,9	32	8,4	30	7,9	352	92,63	31	8,16
3.4	Cada semana		0,0		0		0,0		0,0		0,0		0,0	13	3,42		0,00
3.5	Cada Día		0,0		0		0,0		0,0		0,0		0,0	2	0,53		0,00
3.6	Nunca	110	28,9	285	75	344	90,5	346	91,1	348	91,6	350	92,1	13	3,42	349	91,84
Totales		380	100	380	100	380	100,0	380	100,0	380	100,0	380	100,0	380	100,00	380	100,00

Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada



Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta aplicada

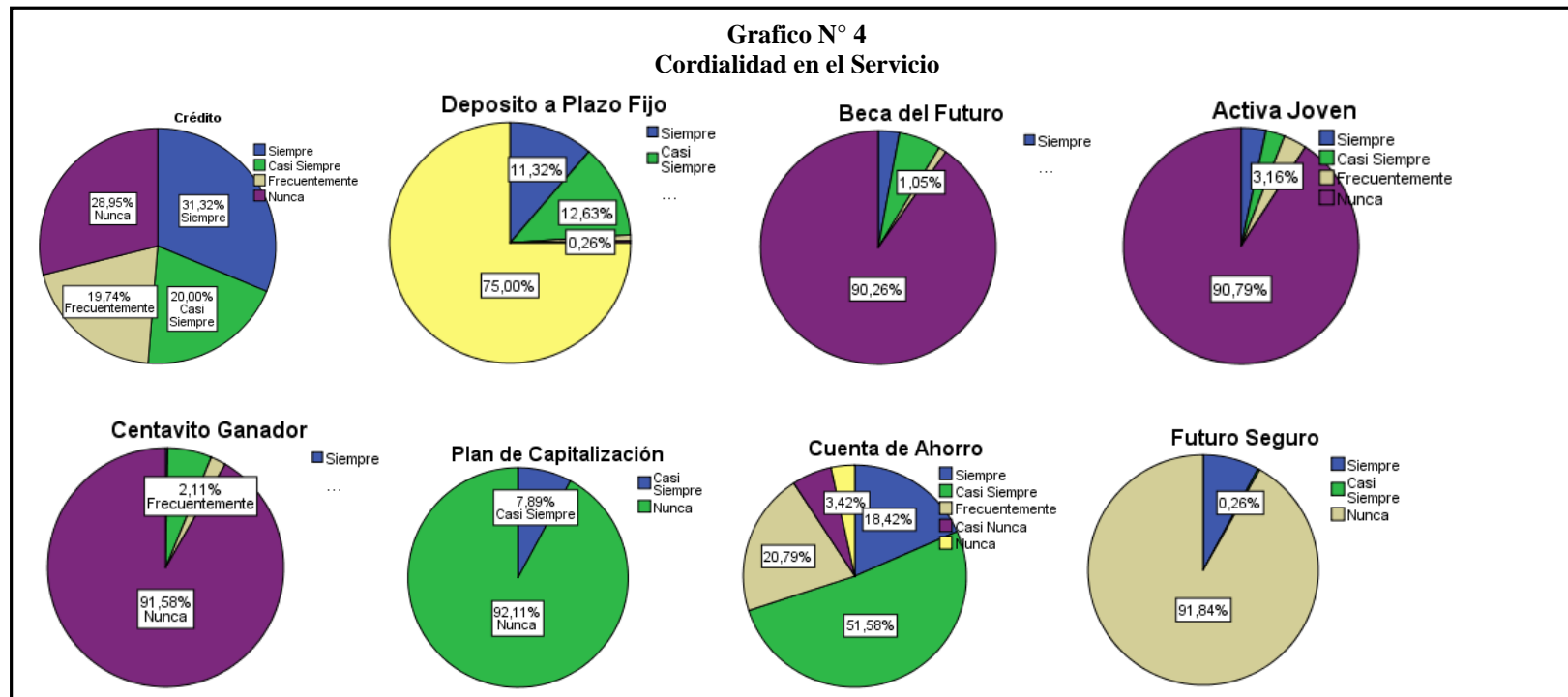
En la figura anterior podemos observar con claridad como la mayor frecuencia de visitas y utilización del producto son las cuentas de ahorro y el crédito, y esto se debe a que estos dos productos se complementan al realizar depósitos como pagos de préstamo, con esto se determina que gran parte de la ciudadanía carchense se ve respaldada por la institución en cuanto al apoyo crediticio.

Los productos de ahorro programado representan un nivel bajo de visitas o utilización y esto se debe a que los socio/clientes mantienen una frecuencia no muy alta en depósitos de ahorro futuro.

4. Cree usted que los funcionarios de la COAC Tulcán son cordiales en el momento de la prestación del servicio.

Tabla N° 4																	Cordialidad en el Servicio			
C	Indicador	Crédito	Porcentaje	DPF	Porcentaje	Beca del Futuro	Porcentaje	Activa Joven	Porcentaje	Centavito Ganador	Porcentaje	Plan de Capitalización	Porcentaje	Cuenta de Ahorros	Porcentaje	Futuro Seguro	Porcentaje			
4.1	Siempre	119	31,3	43	11,32	5	1,3	5	1,3	1	0,3			70	18,4	30	7,9			
4.2	Casi Siempre	76	20,0	48	12,63	22	5,9	10	2,7	23	6,1	30	7,9	196	51,6	1	0,3			
4.3	Frecuentemente	75	19,7	4	1,05	4	1,1	12	3,2	8	2,1		0,0	79	20,8		0,0			
4.4	Casi Nunca		0,0	1	0,26		0,0		0,0		0,0		0,0	22	5,8		0,0			
4.5	Nunca	110	28,9	284	74,74	343	91,7	345	92,7	348	91,6	350	92,1	13	3,4	349	91,8			
Totales		380	100,0	380	100,00	374	100,0	372	100,0	380	100,0	380	100,0	380	100,00	380	100,00			

Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada



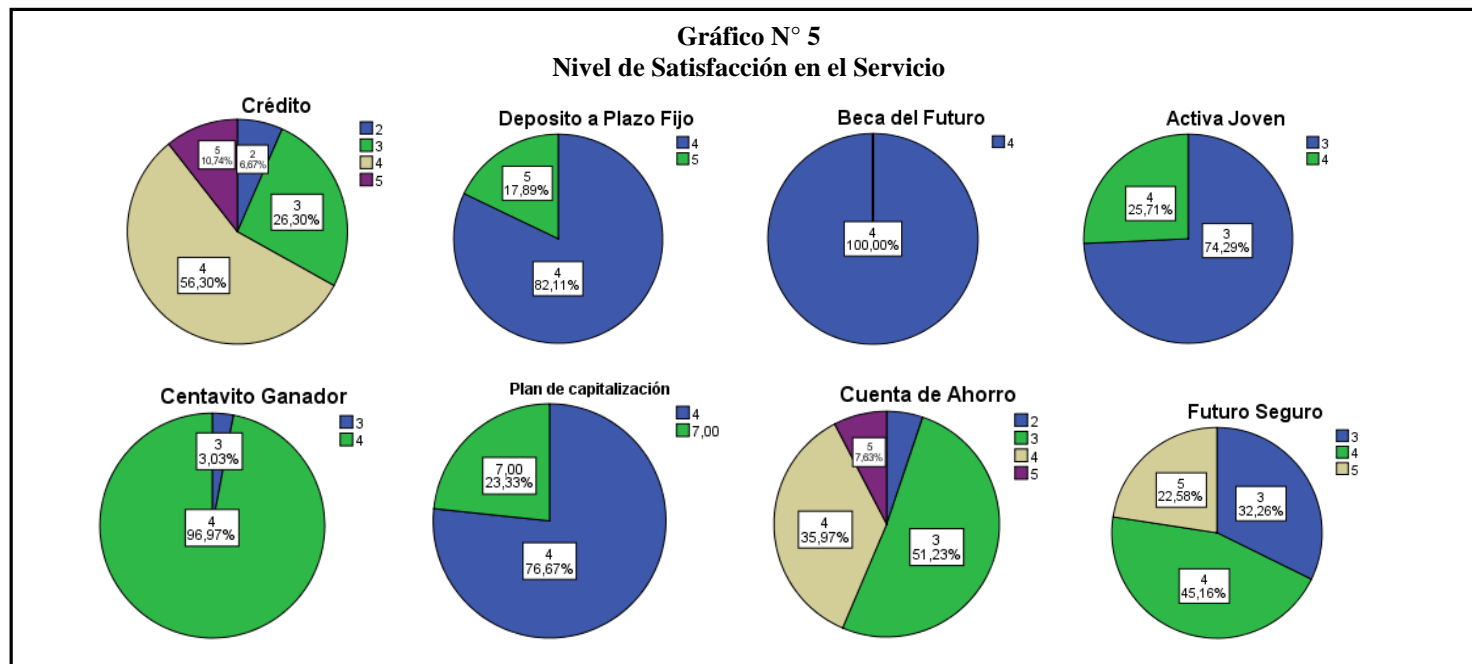
Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada

En lo referente a cordialidad en la prestación de servicio por parte de los funcionarios se puede determinar que las respuestas de los socio/clientes no muestran un total acuerdo sino que existe inconformidad al momento de recibir el servicio por lo que se debe aplicar medidas correctivas para mejorar la calidad en este factor importante para la mejora de la calidad de la institución esto significa que las autoridades y responsables del control del personal deberán trabajar más en lo que corresponde al servicio de atención al cliente para que de esta manera puedan ofrecer una efectividad en la atención.

5. Indique su nivel de satisfacción en cuanto al producto y servicio percibido en la COAC Tulcán siendo 5 el de mayor satisfacción y 1 el de menor.

Tabla N° 5 Nivel de Satisfacción en el servicio																	
C	Indicador	Crédito	Porcentaje	DPF	Porcentaje	Beca del Futuro	Porcentaje	Activa Joven	Porcentaje	Centavito Ganador	Porcentaje	Plan de Capitalización	Porcentaje	Cuenta de Ahorros	Porcentaje	Futuro Seguro	Porcentaje
7.1	1																
7.2	2	18	6,7											19	5,2		
7.3	3	71	26,3					26	74,3	1	3,1			188	51,2	10	32,3
7.4	4	152	56,3	78	82,11	36	100,0	9	25,7	31	96,9	23	76,7	132	36,0	14	45,2
7.5	5	29	10,7	17	17,89		0,0		0,0		0,0	7	23,3	28	7,6	7	22,6
	Totales	270	100,0	95	100,00	36	100,0	35	100,0	32	100,0	30	100,0	367	100,00	31	100,00

Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada



Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada

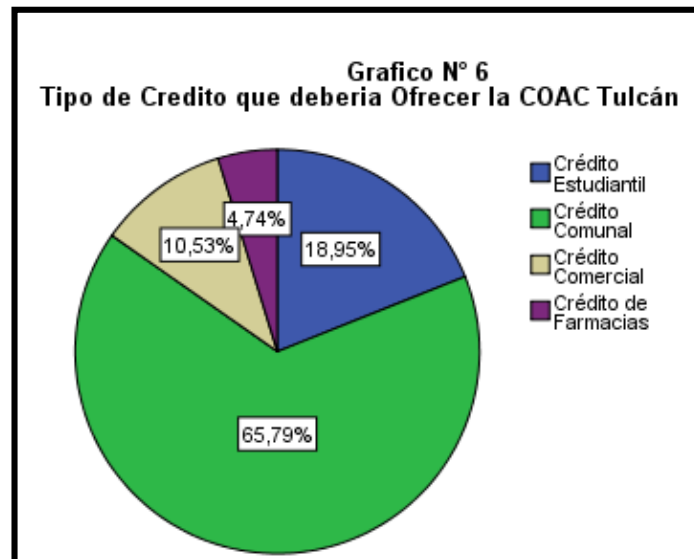
Al responder los encuestados el nivel de satisfacción en un rango del 3 a 4 puntos en los servicios que ofrece la cooperativa Tulcán, significa que los socios/clientes de alguna manera se sienten satisfechos con los productos financieros que otorga la entidad, siendo fundamental para la misma mejorar y alcanzar el máximo nivel de satisfacción.

El poseer un nivel de satisfacción de 4 en el producto y servicio percibido pone en tranquilidad a la institución pero por motivos de competitividad se exige la mejora continua.

6. Qué tipo de crédito cree usted que la COAC Tulcán debería ofrecer.

Tabla N° 6					
Crédito a Ofrecer					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Crédito Estudiantil	72	17,4	18,9	18,9
	Crédito Comunal	250	60,4	65,8	84,7
	Crédito Comercial	40	9,7	10,5	95,3
	Crédito de Farmacias	18	4,3	4,7	100,0
	Total	380	91,8	100,0	
Perdidos	Sistema	34	8,2		
Total		414	100,0		

Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada



Elaborado Por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada

7. Cree usted que la COAC Tulcán debería crear un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio.

Tabla N° 7					
La cooperativa debe Crear un SGC para mejorar su servicio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	361	87,2	95,0	95,0
	No	19	4,6	5,0	100,0
	Total	380	91,8	100,0	
Perdidos	Sistema	34	8,2		
	Total	414	100,0		

Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada



Elaborado Por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada

El 97,11% de los encuestados respondieron que es necesario crear para la cooperativa un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio, lo que hace posible que esta entidad empiece a trabajar en este aspecto en el cual le ayudaría a todo el personal a mejorar su desempeño laboral y por ende al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

4.1 PARTICIPACIÓN DE MERCADO

4.1.1 Análisis participación de mercado

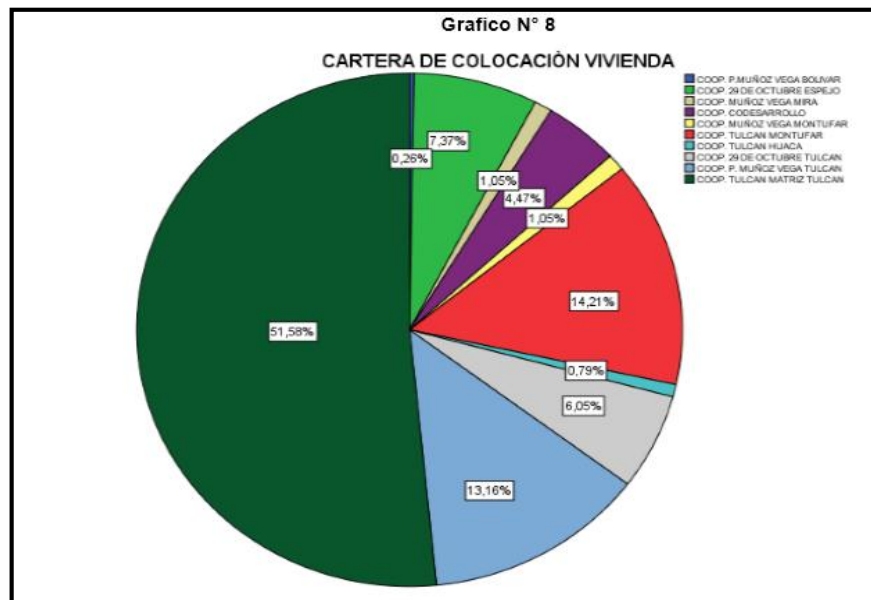
En el presente tema de investigación está inmerso también el estudio de la participación de mercado de la cooperativa de ahorro y crédito Tulcán Ltda. Por lo que se ha mirado importante la obtención de datos exactos que permitan tener un claro entendimiento y expectativa de la realidad del mercado Carchense en base a la cartera de colocaciones en dólares, para ello fue importante investigar a través de la página de la superintendencia de economía popular y solidaria (SEPS) donde se puede observar a través de la transparencia de la información cual es el porcentaje de participación de mercado asignado a cada una de las cooperativas financieras reguladas por este organismo de control.

A continuación se muestran las diferentes figuras creadas en base a cada una de las carteras de colocaciones de las cooperativas financieras en provincia del Carchi.

Tabla N° 8			
Participación de mercado de la instituciones financieras por cartera de Vivienda			
	Cantidad en Miles de Dólares	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COOP. P.MUÑOZ VEGA BOLIVAR	29697,08	,3	,3
COOP. 29 DE OCTUBRE ESPEJO	713861,62	7,4	7,6
COOP. MUÑOZ VEGA MIRA	95525,33	1,1	8,7
COOP. CODESARROLLO	439070,44	4,5	13,2
COOP. MUÑOZ VEGA MONTUFAR	106211,33	1,1	14,2
COOP. TULCAN MONTUFAR	1369354,35	14,2	28,4
COOP. TULCAN HUACA	66653,86	,8	29,2
COOP. 29 DE OCTUBRE TULCAN	588300,82	6,1	35,3
COOP. P. MUÑOZ VEGA TULCAN	1268311,63	13,2	48,4
COOP. TULCAN MATRIZ TULCAN	5041173,59	51,6	100,0
Total	9718160,07	100,0	

Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota

Fuente: SEPS (2013). *Captaciones y colocaciones segmento4*. Recopilado de:
<http://www.seps.gob.ec/web/guest/captaciones-y-colocaciones-segmen-to-4>



Elaborado Por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada

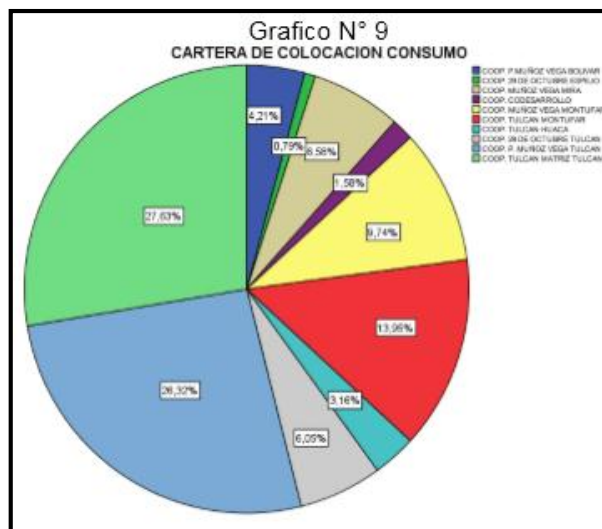
Participación de mercado de las instituciones financieras por cartera de consumo

Tabla N° 9			
Participación de mercado de la instituciones financieras por cartera de Consumo			
	Cantidad en Miles de Dólares	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COOP. P.MUÑOZ VEGA BOLIVA	2.274.510,14	4,2	4,2
COOP. 29 DE OCTUBRE ESPEJO	406.996,48	,8	5,0
COOP. MUÑOZ VEGA MIRA	3.571.669,11	6,6	11,6
COOP. CODESARROLLO	828.577,86	1,6	13,2
COOP. MUÑOZ VEGA MONTUFAR	5.194.947,74	9,7	22,9
COOP. TULCAN MONTUFAR	7.472.299,35	13,9	36,8
COOP. TULCAN HUACA	1.733.354,64	3,2	40,0
COOP. 29 DE OCTUBRE TULCAN	3.391.214,41	6,1	46,1
COOP. P. MUÑOZ VEGA TULCAN	14.207.367,55	26,3	72,4
COOP. TULCAN MATRIZ TULCAN	14.744.501,06	27,6	100,0
TOTAL		100,0	

Elaborado por: Jefferson Benavides y Byron Villota

Fuente: SEPS (2013). *Captaciones y colocaciones segmento4.*

Recopilado de: <http://www.seps.gob.ec/web/guest/captaciones-y-colocaciones-segmento-4>



Elaborado Por: Jefferson Benavides y Byron Villota
Fuente: Encuesta Aplicada

Existe una mínima diferencia porcentual en esta cartera de colocación si consideramos los principales competidores como lo son COAC Tulcán y Coop. Pablo Muñoz V. lo que significa que este producto es uno de los más codiciados en el mercado financiero de la provincia.

5. Conclusiones

- En la actualidad la población carchense demanda mayor calidad en el servicio por parte de COAC Tulcán considerando que en la localidad existe un nivel de competencia considerable que oferta sus productos y servicios financieros.
- Los funcionarios de atención al cliente de la COAC Tulcán en la provincia del Carchi no cuenta con características suficientes para la prestación del servicio lo que conlleva a la inconformidad de parte de los socios y clientes.
- COAC Tulcán mantiene una cartera de productos con gran acogida en la provincia del Carchi tomando en cuenta que todos estos productos son demandados y apreciados por los socio/clientes generando dinamismo y desarrollo económico en la provincia.
- La población carchense posee cultura de ahorro lo que les permite involucrarse en el sector cooperativo como base de apoyo para el manejo respectivo de su dinero mismo que sirve de intermediación financiera para el desarrollo local.
- La COAC Tulcán no posee calidad total en los procesos de atención y prestación de servicio al público, por lo que se considera la no aplicación adecuada de políticas y objetivos de calidad.
- En la provincia del Carchi existe un alto nivel de competitividad en lo referente a colocación de cartera tomando en cuenta las cooperativas de ahorro y crédito, se debe considerar como mayor competidor de COAC Tulcán a la Cooperativa de ahorro y Crédito Pablo Muñoz Vega.
- Los socio/clientes demandan mayor cantidad de productos financieros con la finalidad de alcanzar mayor satisfacción y desarrollo económico en la provincia del Carchi.

6. Recomendaciones

- La COAC Tulcán debe encaminarse en un proceso de mejora continua para ofrecer mejor calidad de servicio a los socio/clientes.
- Los funcionarios encargados de prestar el servicio al público deber recibir capacitaciones que le permita mejorar su capacidad y habilidad de atención con la finalidad de conseguir una mejor satisfacción del socio cliente.
- La COAC Tulcán debe crear políticas y objetivos de calidad que permita el aumento de agilidad y eficiencia en la prestación del servicio a cada uno de los socio/clientes.
- Las cooperativas financieras deben continuar elaborando productos financieros que generen mayores beneficios económicos para la provincia del Carchi.
- La institución debería buscar nichos de mercado a quienes dirigir sus productos y servicios con la finalidad de incrementar su participación en el sector, además de incrementar la utilidad institucional y beneficio para los socios.
- Buscar alternativas de posicionamiento de mercado de la institución a fin de encontrar nuevos socios e inversiones financieras.

7. Bibliografía y linkografía

7.1 Bibliografía

Mc Graw, Hill.(1992). *Como gerenciar la transformación hacia la calidad*. Colombia.
Luz M Rodríguez A.

Galindo, Lourdes Munch. (2001). *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. México.
Trillas, S. A. de C. V.

Silva, Pablo Emilio Riveros. (2007). *Sistema de Gestión de la Calidad del Servicio*,
Bogotá, Ecoe ediciones.

Arana, Rafael. (1994). *Dirección por servicios*. Santa Fe de Bogotá. Primera edición Mc
Graw Hill.

Herrera, Jorge Eliécer Prieto, (2009). *Investigación de mercados*. Bogotá, Adriana
Gutiérrez M.

Gabriel Ruiz, Milagros Fuentes. (2006). *Políticas de marketing*. Madrid, Thomson.

Best, Roger J, (2007). *Marketing estratégico*. Madrid, Pearson.

Thomas, H, Berry. (1996). *Como gerenciar la transformación hacia la calidad total*.
Santa fe de Bogotá. McGraw Hill.

Galindo, M, Lourdes. (2001). *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. México.
Trillas.

Armstrong, Philip kotler y Gary, (2003). *Fundamentos del Marketing*. Pearson Prentice
Hall

Herrera, Jorge Eliécer Prieto (2009). *Investigación de mercados*. Bogotá, Adriana
gutierrez M.

7.2 Linkografía

El cooperativismo en el Ecuador. (2010). Recuperado de <http://www.derechoecuador.com/utility/Printer.aspx?e=34602>

Financiamiento de la Economía Popular y Solidaria en el Ecuador. (2013). Recuperado de

<http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/387/File/V%20CONFERENCIA%20DE%20DEREC HO%20ECONOMICO/CONAFIPS%20G%20%20Cardoso%20tade%2002.pdf>

El sistema financiero ecuatoriano. (2012). Recuperado de http://portaldelusuario.sbs.gob.ec/contenido.php?id_contenido=23

El cooperativismo en el Ecuador. (2012). Recopilado de <http://dspace.unl.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3965/ACARO%20UC HUARI.DIANA%20YOLANDA.pdf?sequence=1>

Ley de economía popular y solidaria. (2008). Recuperado de http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html

Economía popular y solidaria, (“s,f”) recuperado de http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley_economia_popular_solidaria.pdf

Mejorar la calidad de vida de la población. (2013). Recuperado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Administraci%C3%B3n/45621442.html>

Orellana, Karen. (2012). *Maestros de la calidad,* recuperado de <http://maestrosdelacalidadop100111.blogspot.com/2012/09/filosofia-joseph-juran.html>

Leilui (2011). E. deming, juran y Crosby. Recopilado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/e-Deming-Juran-y-Crosby/2256909.html>

Borrego, Daniel. (2009). *Herramienta para la mejora continua: Ciclo Deming*.
Recopilado de <http://www.herramientasparapymes.com/herramienta-para-la-mejora-continua-ciclo-deming>

Álvarez, Adrián. (2009). La matriz de producto/mercado de Ansoff, un clásico del análisis estratégico. Recopilado de <http://inteligenciacompetitivaenar.blogspot.com/2009/11/la-matriz-de-productomercado-de-ansoff.htm>

ISOGIRLS. (2007). *La calidad a lo largo de la historia*. Recopilado de:
http://planifi.blogspot.com/2007/07/la-calidad-lo-largo-de-la-historia_10.html

Alonso, Mónica. (2008). *Historia de la calidad*. Recopilado de
<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ciencias/tesis113.pdf>

Hoyer, R.W. Hoyer y Brooke B.Y. (2001). *Definición de calidad según Deming*.
Recopilado de
<http://www.hacienda.go.cr/centro/datos/Articulo/Qu%E9%20es%20calidad.pdf>

Rodríguez, Mildred de Jesús. (2004). *Que es calidad*. Recopilado de
<http://cdigital.uv.mx/bitstream/12345678/14/1/RodriguezAlvarez.pdf>

Toledo, Denis. (2007). *Definición de Calidad según Ishikawa*. Recopilado de
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1826_IN.pdf

Padilla, Gabriel. (2002). *Autores de la gestión de la calidad*. Recopilado de
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/aucalid.htm>

Emanuel2411, (2013). *Evolución del concepto de calidad y perspectiva del futuro*.
Recopilado de: <http://clubensayos.com/Temas-Variados/EVOLUCI%C3%93N-DEL-CONCEPTO-DE-CALIDAD/1321501.html>

Monterroso, Elda. (2003). *Normas ISO 9000*. Recopilado de:
<http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/normasiso.htm>

Fernández, Héctor. (“s.f.”). *ISO 9001-Norma de calidad*. Recopilado de:
http://www.buscarportal.com/articulos/iso_9001_gestion_calidad.html

SMETOOLKIT. (2002). Manejo del personal. Recopilado de:
<http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3652/Manejo-de-personal->

Ovadia, J. (2012). *La importancia de la investigación de mercados*. Recopilado de:
<http://www.mujiyenegocios.com/articulo56-pereyra.htm>

Komiya, Arturo (2013). *Estrategias Genéricas de Michael Porter*. Recopilado de:
<http://www.crecenegocios.com/estrategias-genericas-de-michael-porter/>

Komiya, Arturo, (2013). *Estrategias Genéricas de Michael Porter*. Recopilado de:
<http://www.crecenegocios.com/estrategias-genericas-de-michael-porter/>

Duran, Jeanneth. (2008). *Diseño y documentación de un sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001:2000 en la cooperativa de ahorro y crédito “Alianza del Valle” Ltda.* (Sección de crédito y cobranza). Recopilado de
<http://eelalnx01.epn.edu.ec/bitstream/15000/834/1/CD-1689%282008-09-17-11-50-32%29.pdf>

Rivera, Diana. (2004). *Elaboración de la estructura del sistema de gestión de calidad bajo la Norma ISO 9001:2000, para la caja cooperativa CREDICOOP, con sede única en Bogotá*. Recopilado de. <http://Hermes.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingeniería/tesis71.pdf>

Cuenca, Deanna. (2012). *Diseño del sistema de gestión de calidad y proceso de mejora continua para la cooperativa de ahorro y crédito acción y desarrollo Ltda.* Recopilado de:

<http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0CEQQFjAC&url=http%3A%2F%2Fdspace.espoeh.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F2834%2F1%2F12T00894.pdf&ei=dPpuU7jHKbTMsASj7IEo&usg=AFQjCNGMa32-tOXxiDzfu0uuedtq2PXJg&bvm=bv.66111022,d.cWc>