

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “La calidad en los servicios desde la perspectiva del Modelo Servqual, en las Cooperativas Indígenas de Pelileo”

AUTORA: Tania Lisbeth Martínez Morales

TUTORA: Ing. Mg. Nora Isabel Santiago Chávez

AMBATO – ECUADOR

Mayo 2018



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. Nora Isabel Santiago Chávez

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutora del trabajo de titulación “**La calidad en los servicios desde la perspectiva del Modelo Servqual, en las Cooperativas Indígenas de Pelileo**” presentado por la señorita **Tania Lisbeth Martínez Morales**, para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 28 de febrero de 2018



Ing. Mg. Nora Isabel Santiago Chávez

C.I.: 060135174-5

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Tania Lisbeth Martínez Morales**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Tania Lisbeth Martínez Morales

C.I.: 180493135-8

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Lcdo. Mg. Mario Patricio Padilla Martínez

C.I.: 050129826-9



Ing. Mg. Jacqueline del Pilar Hurtado Yugcha

C.I.: 180302263-9

Ambato, 26 de abril de 2018

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.



Tania Lisbeth Martínez Morales

C.I.: 180493135-8

AGRADECIMIENTO

Agradecida primeramente con Dios por sus bendiciones, con la Universidad Técnica de Ambato por la formación académica, con mi tutora la Ing. Nora Santiago por la paciencia y los conocimientos compartidos, con todas las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo por la apertura brindada, con mis padres y hermanas por el apoyo incondicional para cumplir esta anhelada meta.

Tania Lisbeth Martínez Morales

DEDICATORIA

Dedico este trabajo por completo a mis padres, puesto que han sido los que se han esforzado día tras día para darme todo el apoyo necesario en esta etapa de formación académica; además siempre serán mi motivación personal.

Tania Lisbeth Martínez Morales

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	IV
DERECHOS DE AUTOR	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	X
ÍNDICE DE TABLAS	XI
RESUMEN EJECUTIVO	XII
ABSTRACT	XIII
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
2.1. OBJETIVO GENERAL	3
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)	4
3.1. ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES CONCEPCIONES TEÓRICAS	4
3.1.1. Calidad.....	4
3.1.2. Servicio.....	5
3.1.3. Cliente	6
3.1.4. Atención al cliente	7
3.1.5. Consumidor	8
3.1.6. Usuario	8
3.1.7. Necesidad	9
3.1.8. Deseo	10
3.1.9. Demanda	11
3.1.10. Quejas en el servicio	11
3.1.11. Modelo Servqual	12
3.1.12. La calidad en los servicios	15

3.1.13. Sector financiero indígena	15
3.2. PRINCIPALES INVESTIGACIONES DESARROLLADAS	17
3.2.1. Investigación 1	17
3.2.2. Investigación 2	19
3.2.3. Investigación 3	21
3.2.4. Investigación 4	25
3.2.5. Investigación 5	26
4. METODOLOGÍA	30
4.1. ENFOQUE	30
4.1.1. Enfoque cualitativo	30
4.1.2. Enfoque cuantitativo	33
4.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	33
4.2.1. Investigación bibliográfica	33
4.2.2. Investigación de campo	34
4.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	34
4.3.1. Investigación descriptiva	34
4.3.2. Investigación exploratoria	34
4.4. POBLACIÓN	34
4.5. MUESTRA.....	35
4.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	37
4.7. SELECCIÓN DE TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	37
4.7.1. Encuesta	37
4.7.2. Cuestionario	37
4.8. PROCESAMIENTO DE DATOS.....	38
5. RESULTADOS	39
6. PROPUESTA	57
7. CONCLUSIONES	91
8. RECOMENDACIONES	92
9. BIBLIOGRAFÍA	93
10. ANEXOS	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Cliente.....	7
Gráfico 2: Usuario.....	8
Gráfico 3: Pirámide de Maslow	10
Gráfico 4: Necesidad, deseo y demanda	11
Gráfico 5: Comportamiento de un cliente insatisfecho.....	12
Gráfico 6: Modelo Servqual.....	13
Gráfico 7: Género.....	39
Gráfico 8: Estado civil	40
Gráfico 9: Nivel de educación	41
Gráfico 10: Edad	42
Gráfico 11: Infraestructura.....	43
Gráfico 12: Equipos de cómputo	44
Gráfico 13: Apariencia en el trabajo	45
Gráfico 14: Horario de atención.....	46
Gráfico 15: Buzón de quejas y sugerencias	47
Gráfico 16: Cumplen lo prometido	48
Gráfico 17: Solución de problemas.....	49
Gráfico 18: Respuesta a preguntas e inquietudes.....	50
Gráfico 19: Confianza y seguridad en trámites.....	51
Gráfico 20: Entrega de elementos tangibles	52
Gráfico 21: Servicio rápido y de calidad	53
Gráfico 22: Atención al cliente	54
Gráfico 23: Matriz FODA.....	58
Gráfico 24: Simbología del diagrama de flujo.....	65
Gráfico 25: Organigrama Estructural de las Cooperativas de Pelileo	70
Gráfico 26: Organigrama Funcional de las Cooperativas de Pelileo	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas Activas del Cantón Pelileo..	16
Tabla 2: Entrevista al personal.....	30
Tabla 3: Entrevista al usuario.....	32
Tabla 4: Datos de población y vivienda.....	35
Tabla 5: Género.....	39
Tabla 6: Estado civil	40
Tabla 7: Nivel de educación.....	41
Tabla 8: Edad	42
Tabla 9: Infraestructura.....	43
Tabla 10: Equipos de cómputo	44
Tabla 11: Apariencia en el trabajo	45
Tabla 12: Horario de atención.....	46
Tabla 13: Buzón de quejas y sugerencias	47
Tabla 14: Cumplen lo prometido	48
Tabla 15: Solución de problemas.....	49
Tabla 16: Respuesta a preguntas e inquietudes.....	50
Tabla 17: Confianza y seguridad en trámites.....	51
Tabla 18: Entrega elementos tangibles	52
Tabla 19: Servicio rápido y de calidad.....	53
Tabla 20: Atención al cliente	54
Tabla 21: Estadísticos descriptivos	55
Tabla 22: Resumen de procesamiento de casos	55
Tabla 23: Estadísticas de fiabilidad.....	56
Tabla 24: Matriz de Evaluación de los Factores Internos EFI	59
Tabla 25: Matriz de Evaluación de Factores Externos EFE	60
Tabla 26: Matriz de impacto cruzado	61

RESUMEN EJECUTIVO

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo se dedican a cubrir las necesidades financieras de sus socios y de terceros mediante actividades propias de las entidades de crédito. Actualmente el número de estas instituciones ha ido en aumento dentro del Cantón, es por esto que la calidad en los servicios hará la diferencia para el usuario.

Por esta razón el presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un amplio análisis del entorno interno y externo de estas instituciones, con el fin de determinar con el Modelo Servqual si los servicios que se brindan dentro de las mismas son de calidad y satisfacen las necesidades de los usuarios por completo. Además podremos establecer estrategias que nos permitan incrementar el número de usuarios en el corto plazo.

Los datos arrojados en la investigación de campo aplicada a los usuarios de cada Cooperativa indican que es importante que el empleado conozca claramente sus funciones para que de esta manera el servicio al cliente sea rápido y eficaz; el desconocimiento de procesos y funciones dentro de estas instituciones genera molestias en los usuarios por la pérdida de tiempo que se genera.

Así la propuesta resultante de la investigación es elaborar un manual de procesos, procedimientos y funciones para el personal de las Cooperativas; a través de este manual cada empleado tendrá conocimiento de cuáles son los procesos que debe seguir al momento de realizar sus actividades, y no se generará inconvenientes entre el grupo de trabajo. Por otra parte se decidió colocar un buzón de quejas, sugerencias y felicitaciones para que los usuarios y el personal de la Cooperativa puedan dar a conocer sus reclamos de manera directa y rápida.

PALABRAS CLAVES: MODELO SERVQUAL, CALIDAD, SERVICIO, INVESTIGACIÓN, COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO, PELILEO.

ABSTRACT

The Indigenous Savings and Credit Cooperatives of the Pelileo Canton are dedicated to cover the financial needs of their members and third parties through their own activities of the credit entities. Currently the number of these institutions has been increasing within the Canton, which is why the quality of services will make a difference for the user.

For this reason, the present research work has focused on making a broad analysis of the internal and external environment of these institutions, in order to determine with the Servqual Model if the services provided within them are of quality and satisfy the user needs completely. In addition, we can establish strategies that allow us to increase the number of users in the short term.

The data obtained in the field research applied to the users of each Cooperative indicate that it is important that the employee knows clearly his functions so that in this way the customer service is fast and efficient; the ignorance of processes and functions within these institutions generates inconvenience in the users due to the loss of time that is generated.

Thus, the proposal resulting from the research is to elaborate a manual of processes, procedures and functions for the personnel of the Cooperatives; through this manual, each employee will have knowledge of the processes that must be followed when carrying out their activities, and there will be no problems between the work groups. On the other hand, it was decided to place a mailbox of complaints, suggestions and congratulations so that users and staff of the Cooperative can make their claims known directly and quickly.

KEYWORDS: SERVQUAL MODEL, QUALITY, SERVICE, RESEARCH, SAVINGS AND CREDIT COOPERATIVE, PELILEO.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad demostrar que la calidad en el servicio al cliente puede fomentar relaciones duraderas entre empresa-cliente; al mejorar la atención que se brinda en una organización se está ganando no solo beneficios económicos sino más bien beneficios personales como: Fidelidad, atención, reconocimiento, etc. Estos mismos beneficios pueden hacer que una empresa se dé a conocer a nivel nacional e internacional; como una empresa ejemplar y de éxito (Caro, 2013).

Para evidenciar que la calidad en los servicios se relaciona directamente con el éxito o fracaso de una empresa, he decidido realizar la presente investigación en todas las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo. En los últimos años el crecimiento de estas Instituciones Financieras ha sido bastante representativo; uno de los motivos de este crecimiento es la localización de la Parroquia Salasaca en este Cantón.

Según (SEPS, 2016) se ha podido determinar que las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas Activas dentro del Cantón Pelileo son las siguientes:

1. Mushuc Runa
2. Dorado
3. Wuamanloma
4. Finander
5. Kullki Wasi
6. Islas Encantadas
7. Rhumy Wara
8. Indígenas Galápagos
9. Sac Pelileo Ltda.
10. Prodvisión
11. Salate
12. Ambato Ltda.
13. Mushuc Ñan

Una vez identificadas las Cooperativas objeto de estudio puedo decir que el problema de investigación surge debido a la insatisfacción que sienten los usuarios al visitar las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas de Pelileo al menos una vez al mes; debido a que el tiempo que les toma recibir un determinado servicio es demasiado largo, o el servicio no es de calidad, o no responden a sus dudas e inquietudes, etc.

Primero necesito reconocer las áreas de cada Cooperativa que no están brindando servicios de calidad, para empezar de ahí identificando las causas del problema de investigación; además puedo preguntar boca a boca a los usuarios cuales son los problemas que ellos perciben al recibir la atención requerida, ya que ellos son los únicos que pueden evidenciar todas las falencias que están afectando a una institución interna y externamente (Ongallo, 2013).

Finalmente el Modelo Servqual ayudará a determinar todos los inconvenientes que se están dando a diario con los usuarios; para así poder corregirlos a tiempo y reemplazarlos por servicios de calidad que le den satisfacción a todos los usuarios del Cantón Pelileo.

Una vez identificado el problema de investigación mediante consulta bibliográfica a proyectos realizados anteriormente en el Cantón, la Provincia, a nivel nacional e internacional; se pudo determinar que no existe una temática similar a nuestra investigación, debido a que se enfocan solamente al Sector Financiero, más no al Sector Financiero Indígena; y en general no se relaciona al Modelo Servqual con el Sector Financiero Indígena en el Cantón Pelileo.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. OBJETIVO GENERAL

- ✚ Determinar con el Modelo Servqual si los servicios que brindan las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo son de calidad.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✚ Describir la situación actual de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo, mediante la aplicación de encuestas.
- ✚ Diagnosticar las causas y consecuencias que generan las fallas en la calidad en los servicios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo.
- ✚ Elaborar una propuesta para mejorar la calidad en los servicios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)

3.1. ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES CONCEPCIONES TEÓRICAS

3.1.1. Calidad

Según (Cuatrecasas, 2013) la calidad en el servicio al cliente depende de muchos factores; no solo del personal de la empresa sino también de los altos directivos e incluso de factores tangibles como la infraestructura y los equipos tecnológicos que se estén utilizando dentro de la misma. Una mala fachada puede hacer automáticamente que el cliente piense que el servicio que recibirá será deficiente debido a la mala infraestructura de la empresa. Desde el gerente general hasta el conserje de la empresa deben tener siempre una sonrisa en el rostro al momento de realizar su trabajo, ya que el cliente necesita un servicio de calidad por parte de toda la empresa.

Para (Hochsmann, 2014) la calidad no tiene nada que ver con la cantidad; calidad no es tener muchos clientes día tras día, es más bien generar clientes satisfechos con el servicio que se les está brindando; un cliente insatisfecho puede buscar satisfacer su necesidad en una empresa que ofrezca los mismos servicios y esto puede generar pérdidas económicas en el largo plazo.

También (Durán, 2013) dice que la calidad en los servicios no puede avanzar mientras no se hagan cambios drásticos dentro de la organización, si seguimos posponiendo los cambios por días, semanas, meses o años nunca conseguiremos la calidad que el usuario o cliente necesita recibir por parte de nuestra empresa; entre los cambios más importantes a realizar dentro de la organización tenemos los siguientes:

- Se debe prestar la misma atención tanto al servicio como al producto que se quiere ofrecer.
- La calidad en el servicio debe ser una tarea de trabajo diario, en todo momento; no solo debe ser un interés pasajero o momentáneo y además debe

ser un problema que involucre a toda la organización, es decir, a todos los empleados de nivel alto, medio y bajo; y no solamente a los directivos de la organización.

- Se debe estudiar el servicio o producto que se ofrece a profundidad y no solamente copiarlo de otra organización similar que ofrece el mismo producto o servicio en el mercado durante más años que nuestra organización.
- Debe ponerse la misma atención en cómo percibe el cliente el servicio recibido y en cómo lo ve el profesional de la organización que brinda el servicio. Aunque se debería poner mayor importancia en como recibe el cliente el servicio, ya que él es el principal involucrado al momento de hacer uso del mismo.

Según (Valencia, 2015) aclara que calidad, servicio y calidad en el servicio son tres temas totalmente diferentes. La calidad tiene que ver con el nivel de satisfacción que el servicio recibido genere en el cliente; el servicio es el bien tangible o intangible que una empresa puede ofrecer a sus clientes; y por último un servicio de calidad es satisfacer la necesidad de un cliente por completo, incluso superando sus expectativas.

3.1.2. Servicio

Para (Cuatrecasas, 2013) un servicio es un beneficio que una parte le puede ofrecer a otra. Un servicio es algo intangible, que no se puede tocar, no se puede poseer. Se puede ofrecer un servicio de manera lucrativa y no lucrativa; la primera busca beneficios económicos personales mientras que la segunda solo busca ayuda social o comunitaria sin ganar dinero en ningún momento.

Según (Grande, 2014) servicio se entiende como el conjunto de prestaciones que el cliente espera recibir, además del producto o servicio básico; de manera tangible o intangible, como consecuencia del precio, la imagen, la reputación y demás atributos relacionados.

En base a lo mencionado por (Sánchez, 2017) se debe brindar un servicio de calidad siempre; debemos darle un día especial a nuestro cliente, dándole un excelente servicio; porque nunca sabemos cuándo nuestro cliente tiene un día especial, así que dándole un servicio puntual lograremos crear una gran experiencia en él y hacer que lo vea como un día especial que deberá recordar. Si se brinda un servicio de calidad dentro del tiempo esperado por el cliente, la empresa tendrá beneficios tales como:

- Incremento de la lealtad de los clientes.
- Menos acciones estratégicas equivocadas.
- Incremento de la participación de mercado.
- Incremento de las ventas.
- Fijación de precios más altos.
- Captación de clientes.
- Ahorro en gastos de publicidad y promoción.
- Decremento de quejas y sugerencias.
- Lograr costes operativos más bajos.
- Proyección de mejor imagen y reputación.
- Diferenciación en el mercado.
- Ambiente de trabajo positivo.
- Reducción de rotación del personal.

3.1.3. Cliente

Para (Dueñas, 2015) el cliente es la persona, empresa u organización que realiza compras dentro de nuestra empresa. Podemos clasificar a los clientes en dos grupos:

- **Clientes actuales:** Son la fuente de los ingresos que percibe la empresa actualmente; las personas que le permiten tener una determinada participación dentro del mercado.
- **Clientes potenciales:** Son personas que no realizan compras actualmente en la empresa pero podrían hacerlo a futuro; se los considera como la fuente de ingresos futura.

Según (Dueñas, 2015) cliente es la persona que compra un producto o servicio a cambio de dinero. En el gráfico 1 se explica la definición de cliente:

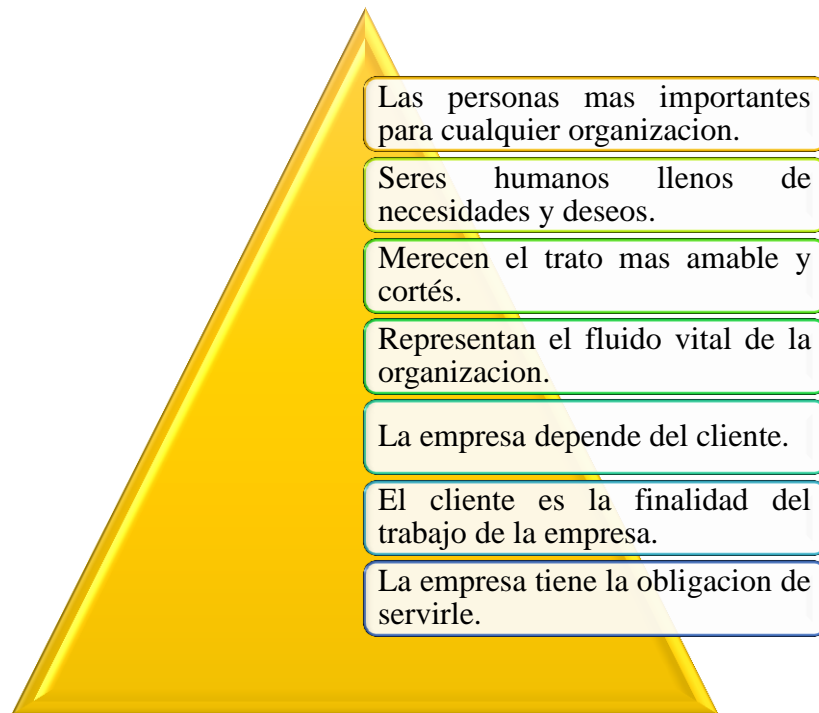


Gráfico 1: Cliente

Fuente: (Dueñas, 2015)

Elaborado por: Martínez Tania

3.1.4. Atención al cliente

Para (Dueñas, 2015) la atención al cliente es un conjunto de actividades relacionadas con la satisfacción en el momento y lugar oportuno. Entre las principales características de la atención al cliente tenemos:

- **Intangibilidad:** No puede percibirse por medio de los sentidos; hasta después de que ya se ha recibido el servicio.
- **Inseparabilidad:** No se puede separar los servicios del vendedor o de la persona que los produce.
- **Heterogeneidad:** Los servicios son heterogéneos, es decir, varían según la necesidad del cliente.

- **Perecedera:** No puede ser almacenada.

3.1.5. Consumidor

Para (Mollá, 2014) el consumidor puede llamarse comprador cuando adquiere determinados productos; puede ser un pagador cuando paga el precio correspondiente; y finalmente puede ser un consumidor cuando consume los productos por los que ha pagado un precio fijado.

Según (Dueñas, 2015) el consumidor es la persona natural o jurídica que consume los productos que elabora la empresa o fabricante donde este realiza la compra.

3.1.6. Usuario

Según (Mollá, 2014) un usuario es la persona que utiliza o disfruta de un producto o servicio; hace uso del bien por el que pago un valor determinado en una empresa, sea esta pública o privada. En el gráfico 2 se explica el concepto de usuario:

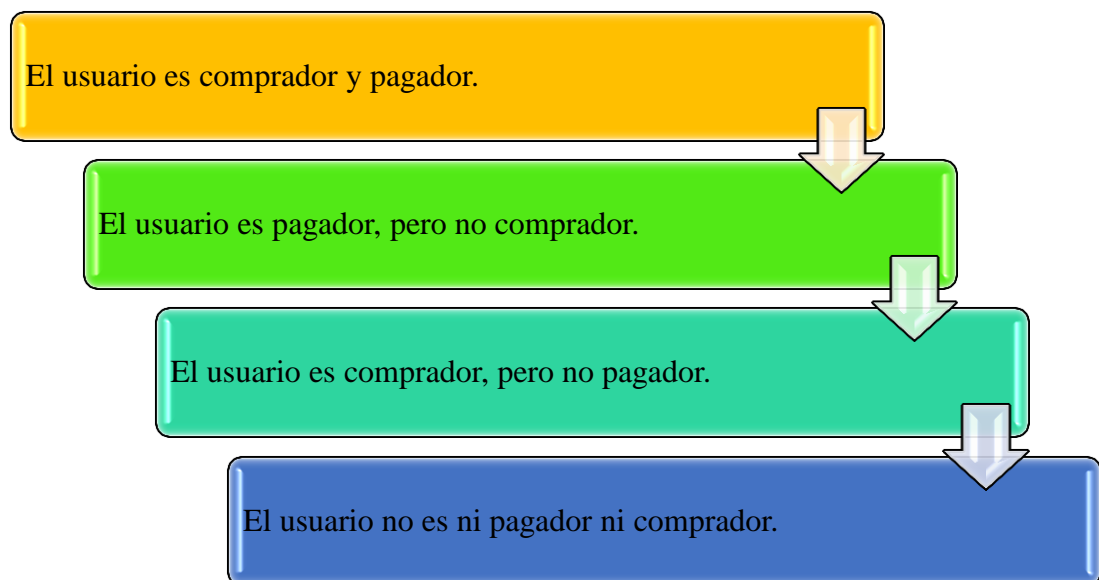


Gráfico 2: Usuario

Fuente: (Mollá, 2014)

Elaborado por: Martínez Tania

3.1.7. Necesidad

Para (Sangri, 2014) una necesidad es la carencia de algo; son elementos necesarios para sobrevivir, sin esta tendríamos una calidad de vida baja; para cumplir un deseo se debe primeramente satisfacer una necesidad. Al hablar de necesidad es necesario hablar de la pirámide de Maslow, ya que engloba todas las necesidades que un cliente puede tener; y es la siguiente:

- **Necesidades de autorrealización:** Para (Smith, 2016) son necesidades que están relacionadas con el desarrollo de la personalidad del individuo; son consecuencia de los deseos individuales de cada persona.
- **Necesidades de autoestima:** Según (Smith, 2016) estas necesidades están relacionadas con el status, el poder, el dinero; nos definen dentro de la sociedad, ayudan a rodearnos de personas que tengas los mismos gustos y preferencias que nosotros tenemos.
- **Necesidades sociales:** Para (Smith, 2016) ayudan a relacionarnos con las demás personas; están basadas en el amor mutuo entre los individuos de un mismo grupo social.
- **Necesidades de seguridad:** Según (Smith, 2016) estas necesidades nos hablan acerca de la protección que debemos tener ante lo desconocido; es mejor preferir lo familiar que lo que se desconoce, ya que esto puede traer peligros consigo.
- **Necesidades fisiológicas:** Para (Smith, 2016) son aquellas que permiten sobrevivir diariamente, porque son necesidades primarias vitales básicas como: Comer, dormir, respirar, etc.; sin satisfacer estas necesidades el individuo puede morir. Son las necesidades más importantes dentro de toda la pirámide de Maslow.

En el gráfico 3 se explica el orden de las necesidades según la pirámide de Maslow, es decir, de abajo hacia arriba:



Gráfico 3: Pirámide de Maslow

Fuente: (Sangri, 2014)

Elaborado por: Martínez Tania

Mientras (Belz, 2013) dice que al satisfacer nuestra necesidades generamos pensamientos positivos en nuestro cuerpo; caso contrario al no satisfacer nuestras necesidades producimos pensamientos negativos y estos nos genera tristeza o cambios de humor que nos afectan psicológicamente.

Finalmente (Cáceres, 2014) aclara que con el pasar de los años los humanos mientras más complejos son, menos autosuficientes se hacen; es decir, que necesitan de varias cosas o personas para poder vivir, no pueden depender de ellos mismos.

3.1.8. Deseo

Según (Jaurigoity, 2014) aclara que los deseos son elementos que no son necesarios para poder sobrevivir, pero si generan placer a la persona cuando los cumple. La necesidad genera deseo sobre una cosa o persona, y el humano se convierte hasta en un animal con tal de conseguir zacear su deseo; sin importarle la cantidad de dinero que deba pagar o las acciones que necesite realizar para poder conseguirlo.

Para (Rabinovich, 2014) “Deseo no es ni el apetito de la satisfacción, ni la demanda de amor; sino la diferencia que resulta de la sustracción del primero al segundo; el fenómeno mismo de su hendidura”

3.1.9. Demanda

Para (Caro, 2013) “La necesidad es la sensación de una carencia que, a su vez, está unida al deseo por hacerla desaparecer. El deseo por satisfacer las necesidades se traduce en demanda de productos”. En el gráfico 4 evidenciamos la diferencia entre necesidad, deseo y demanda:



Gráfico 4: Necesidad, deseo y demanda

Fuente: (Caro, 2013)

Elaborado por: Martínez Tania

Según (Gago, 2016) la demanda es la cantidad de bienes o servicios que el cliente desea adquirir de su empresa. La cantidad de bienes o servicios demandados es lo que permite medir los ingresos de la empresa y el lugar que esta ocupa dentro del mercado.

3.1.10. Quejas en el servicio

Para (Dueñas, 2015) un buzón de quejas o sugerencias permite a un cliente insatisfecho dar a conocer su inconformidad con un servicio recibido. Es una manera sencilla y económica de conocer las experiencias que tienen los clientes cuando visitan nuestra empresa. Pero a pesar de ser tan sencillo de usar muchos de los clientes no lo toman en cuenta y no hacen uso del mismo.

Según (Gago, 2016) una queja es un reclamo que todo cliente insatisfecho está en el derecho de realizar; la empresa al recibir una queja debe tomarla en forma positiva ya que el cliente le está dando la oportunidad de mejorar. Un cliente insatisfecho puede optar por varios comportamientos, los mismos que explicamos a continuación en el gráfico 5:

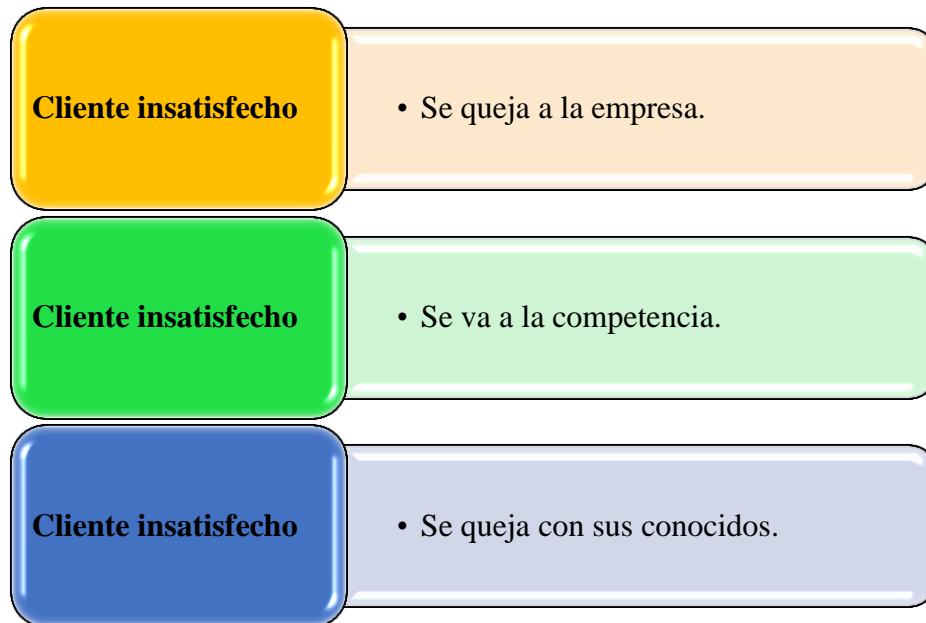


Gráfico 5: Comportamiento de un cliente insatisfecho

Fuente: (Gago, 2016)

Elaborado por: Martínez Tania

3.1.11. Modelo Servqual

Según (Ibarra, 2015) para medir la calidad en el servicio dentro de una organización tenemos varios modelos e instrumentos que nos pueden ayudar a calificarlo interna y externamente mediante una serie de preguntas y respuestas basándose en ciertos aspectos tangibles e intangibles; el modelo más utilizado en estos casos es el Modelo Servqual, el mismo que en conclusión ayuda a que el nivel de satisfacción del cliente sea el esperado y dentro del momento requerido. En el gráfico 6 explicamos el Modelo Servqual detalladamente; es decir, como el cliente espera recibir el servicio y como en realidad lo recibe de la empresa:

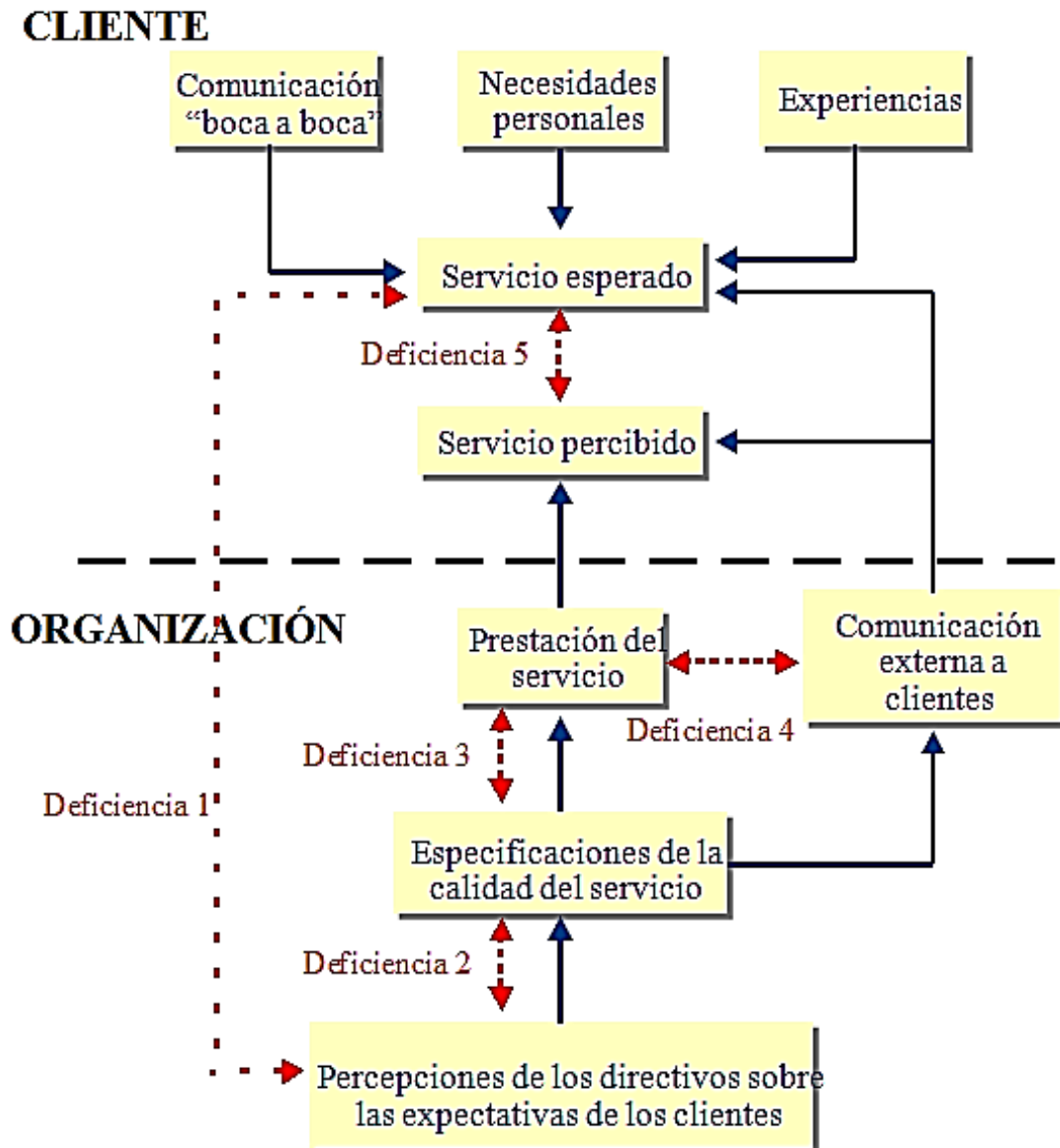


Gráfico 6: Modelo Servqual

Fuente: (Ibarra, 2015)

Elaborado por: Martínez Tania

La escala Servqual propone dos secciones que son valoradas con una escala de Likert de 7 puntos, en la que 1 es igual a totalmente en desacuerdo mientras que 7 es igual a totalmente de acuerdo. La primera sección pertenece a las expectativas, contiene 22 puntos que están enfocados en identificar las expectativas del cliente en relación al servicio. La segunda sección pertenece a las percepciones, de igual forma está compuesta por 22 puntos que están enfocados en medir las percepciones de calidad entregados por la empresa al cliente o usuario.

Según (Binimellis, 2013) la Metodología Servqual se basa en 5 criterios que se enfocan en cómo se debe brindar un servicio excelente, y estos criterios a su vez están compuestos de 22 preguntas cada uno. A continuación hablaremos de cada uno de estos enfoques:

- **Elementos tangibles.**- Haces énfasis a las cualidades físicas, a todos los elementos que el cliente puede percibir al momento de recibir el servicio; por ejemplo instalaciones, maquinaria, etc. No es necesario que estos elementos estén en la vanguardia de la moda pero sí que sean útiles al momento de utilizarlos.
- **Confiabilidad.**- Se refiere a la capacidad que tiene la empresa para brindar el servicio de la manera que se supone debe hacerlo siempre, se debe confiar tanto en la empresa como en el cliente; si hay confianza mutua cualquier problema que exista se resolverá de la mejor manera y en el corto plazo.
- **Capacidad de respuesta.**- Es el tiempo en que se tarda la empresa en brindar el servicio al cliente; además debe ser un corto tiempo, pero también debe satisfacer la necesidad del cliente; y no solo ser rápido con limitaciones.
- **Seguridad o garantía.**- Son las aptitudes y destrezas que tienen los trabajadores de la empresa al momento de brindar al servicio al cliente. Es la capacidad que tienen los trabajadores para hacer que los clientes confíen en ellos, se sientan seguros al momento de interactuar y así puedan brindar toda la información que la empresa necesita para mejorar la calidad en el servicio. Los trabajadores de la empresa tienen que ser personas aptas para estar en su cargo de trabajo, ya que tienen que demostrar que todo lo que la empresa brinda son servicios reales y de calidad.
- **Empatía.**- Habla acerca de una atención personalizada a los clientes, es la capacidad que tiene el trabajador que brinda el servicio para ponerse en los pies del cliente y ver como este aceptaría el servicio según la calidad recibida.

Al ponerse el uno en el lugar del otro se darán cuenta cuales son las falencias que cada uno posee y las podrán corregir de forma inmediata.

Para (López, 2014) el Modelo Servqual lo que busca dentro de la organización es dar respuesta a 3 incógnitas: ¿Cuándo un servicio es percibido de calidad? ¿Qué dimensiones integran la calidad? ¿Qué preguntas debe integrar el cuestionario de calidad? Una vez que han sido contestadas estas preguntas dentro de la organización se dice que se ha logrado mejorar el servicio completamente y que ahora si la organización puede brindar un servicio de calidad a los usuarios en todo momento.

3.1.12. La calidad en los servicios

Para (Martín, 2016) la calidad con la que se brinde un servicio es el factor determinante del éxito de una empresa o institución, si se ofrece un buen producto o servicio, se tendrá clientes satisfechos; que pasará a ser la mejor publicidad. Además de ello la empresa debe poner atención en los tiempos de realización de cada servicio ya que es molesto que el tiempo de realización de un determinado servicio sea de días, semanas o de meses; incluso de años.

Por último (Alayon, 2017) aclara que la calidad en el servicio debe ser un trabajo conjunto diario, no solamente en época de crisis económicas dentro de la empresa; si se brindara un servicio de calidad en todo momento, desde la creación de la organización las pérdidas económicas no se generarían en el largo plazo; así que hay que brindar servicios de calidad los 365 días del año, las 24 horas del día.

3.1.13. Sector financiero indígena

Según la (SEPS, 2016) en el Ecuador tenemos un total de 933 Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas. Y dentro del Cantón Pelileo encontramos las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas Activas que se muestran a continuación en la Tabla 1:

Tabla 1: Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas Activas del Cantón Pelileo

NOMBRE	RESOLUCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL	NÚMERO DE SOCIOS
1. Mushuc Runa	Seps-Roeeps-2013-000521	Luis Alfonso Chango Pacha	7.000
2. El Dorado	Seps-Roeeps-2013-000920	José Alberto Jerez Masaquiza	1.000
3. Wuamanloma	Seps-Roeeps-2013-000931	Pedro Quinapanta Caisabanda	1.500
4. Finander	Seps-Roeeps-2013-002577	Luis Alberto Jerez Moreta	1.000
5. Kullki Wasi	Seps-Roeeps-2013-000266	Juan Manuel Andagana Gualo	3.500
6. Islas Encantadas	Seps-Roeeps-2013-002809	Luis Eduardo Moposita Jerez	2.000
7. Rhumy Wara	Seps-Roeeps-2013-002631	Kjulliar Pfaccha Jerez Masaquiza	2.000
8. Indígenas Galapágos	Seps-Roeeps-2013-000773	Sonia Hilda Masaquiza Masaquiza	1.000
9. Sac. Pelileo Ltda.	Seps-Roeeps-2013-000495	Ángel Francisco Toalombo Caiza	1.500
10. Provisión	Seps-Roeeps-2013-002581	Andrés Geovany Masaquiza Masaquiza	1.000
11. Salate	Seps-Roeeps-2013-000891	Diego Gabriel Llagua Guanoquiza	1.000
12. Ambato Ltda.	Seps-Roeeps-2013-000660	José Santos Chango Uñog	2.000
13. Mushuc Ñan	Seps-Roeeps-2013-000728	José Alfredo Pilla Chango	1.500

Fuente: (SEPS, 2016)

Elaborado por: Martínez Tania

3.2. PRINCIPALES INVESTIGACIONES DESARROLLADAS

Para el desarrollo de la presente investigación se ha tomado en consideración cinco trabajos investigativos que se asemejan a la problemática abordada:

3.2.1. Investigación 1

Tema: “Aplicación del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY”

Autor: (Valencia, 2015)

Universidad: Universidad Politécnica Salesiana

Facultad: Ingeniería Industrial

Sede: Guayaquil

Objetivo general: Elaborar un Modelo de Gestión Servqual para facilitar la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos públicos en la empresa SYRY.

Objetivos específicos:

- Describir el proceso actual de limpieza de los establecimientos educativos mediante encuesta a las partes interesadas.
- Diagnosticar las causas y consecuencias que generaron las fallas en la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de los establecimientos educativos donde se delimita el estudio, a través de la encuesta al personal de la empresa SYRY.
- Elaborar una propuesta para la medición de la calidad del servicio de limpieza de establecimientos educativos, a través del uso del Modelo Servqual.
- Evaluar la propuesta con indicadores de calidad, económicos y de mejora continua, que determinen su impacto y factibilidad.

Conclusiones:

- Se describió el proceso actual de mantenimiento y limpieza de los establecimientos educativos a través de la investigación de campo realizada a las partes interesadas, conformada por el personal docente, padres de familia y directivos de los planteles educativos, identificándose

que los conserjes pertenecientes a la empresa SYRY no fueron amables en el trato, han discutido con maestros y padres de familia en algunas ocasiones, además que se han reportado casos de impuntualidad del personal de limpieza, encontrándose deficiencias en el aseo de baños y exteriores, observándose además incumplimientos en el uso de la ropa adecuada por parte de los operadores de la empresa SYRY.

- Se diagnosticaron las principales causas y consecuencias que generaron las fallas en la calidad del servicio de limpieza de los establecimientos educativos donde se delimitó el estudio, a través de la aplicación de encuestas al personal de limpieza perteneciente a SYRY, quienes manifestaron que la empresa no ha establecido su misión, visión, ni tampoco las políticas ni los objetivos del sistema de la calidad, debido a que no elaboró ni el Manual de la Calidad ni de Operaciones, expresando que no siempre el Supervisor de la empresa monitorea las actividades operativas diarias que se llevan a cabo en los planteles educativos, siendo uno de los hallazgos más importantes que los operadores no han recibido la capacitación en los aspectos que pueden afectar la calidad del servicio, lo que ha sido la causa principal de las deficiencias identificadas en este estudio, cuya consecuencia más grave pueda darse porque los directores al no estar conforme con el trabajo de SYRY, emitan un informe que incida para la no continuidad de esta entidad en los planteles educativos objeto de estudio, durante el siguiente período lectivo.
- Se elaboró una propuesta para la medición de la calidad del servicio de limpieza de establecimientos educativos, a través del uso del modelo SERVQUAL. Cuyo propósito es medir periódicamente el nivel de satisfacción de los clientes para que los directivos de la empresa puedan optimizar el proceso de toma de decisiones, mediante la ejecución de acciones correctivas y/o preventivas que garanticen la mejora continua de la calidad del servicio y la maximización de la satisfacción del cliente y de las partes interesadas
- Se evaluó la propuesta con indicadores económicos, determinándose la factibilidad de la misma, porque se obtuvo que la inversión requerida para la ejecución de la misma generará una tasa TIR de 69,74% superior al

18% de la tasa del préstamo, un VAN de \$ 15.937,55 mayor a la inversión inicial requerida de \$ 6.440.00 y un período de recuperación de la inversión en un año y nueve meses inferior a la vida útil de cinco años de la propuesta, detectándose un coeficiente beneficio/costo de 2,47 mayor a la unidad, que pone en evidencia la factibilidad de la inversión.

3.2.2. Investigación 2

Tema: “Medición de la Calidad de los Servicios”

Autor: (Gabriel, 2003)

Universidad: Universidad del Cema

Facultad: Organización de Empresas

Sede: Argentina

Objetivo general: Este estudio tiene como objetivo aplicar la metodología SERVQUAL a una típica empresa de servicios, de modo que se pueda determinar el nivel de calidad del servicio que se ofrece.

Conclusiones:

- La aplicación práctica del modelo SERVQUAL me permitió identificar las ventajas y desventajas de esta herramienta, así como reflexionar acerca de qué se podría haber hecho mejor para obtener resultados más representativos.
- En cuanto al diseño del cuestionario, SERVQUAL permite la simplificación y adaptación a diferentes negocios de servicios. El modelo, utilizado principalmente en Estados Unidos, plantea 5 dimensiones básicas de los servicios; sin embargo, estas dimensiones son características del mercado estadounidense, por lo que sería interesante estudiar si las mismas son representativas del mercado mexicano de servicios, particularmente en el sector de hotelería. Una técnica utilizada para determinar estas dimensiones es la investigación a través de grupos focales, donde se reúne a distintos grupos de consumidores, en este caso personas que acostumbran viajar y hospedarse en hoteles, para determinar qué aspectos consideran importantes y representativos en la calidad del servicio.

- Por otra parte, existe una gran diversidad de temporadas vacacionales, por lo que durante el año van variando los tipos de turistas que viajan. Por ejemplo, en el verano (junio a septiembre) viaja a Puerto Vallarta principalmente el turista mexicano; en primavera, particularmente alrededor de Semana Santa, viajan los jóvenes norteamericanos y canadienses que disfrutan de su viaje de egresados (“Spring break”); para Navidad y Año Nuevo, se presenta una mezcla de turistas norteamericanos y mexicanos que viajan generalmente en familia para compartir las fiestas, y durante el resto del año viaja una mayor variedad de turistas sin una tendencia en particular. Por lo tanto, a fin de poder captar información representativa de todos estos grupos, es importante aplicar las encuestas de SERVQUAL en cada una de las temporadas mencionadas, y entonces se podrá concluir con mayor precisión acerca de las diferencias en la percepción de la calidad y satisfacción del cliente entre los distintos tipos de huéspedes.
- Cabe considerar que en el negocio de hotelería por lo general no existen clientes cautivos, y que la fidelidad de los clientes es un factor difícil de determinar, debido a la gran variedad de destinos turísticos que existen y de la cantidad de hoteles que se encuentran en los mismos. Por lo tanto, las expectativas de una persona que acostumbra a viajar se verán afectadas por las experiencias que ha vivido previamente en diferentes hoteles. Entonces es muy importante que los hoteles utilicen la calidad de sus servicios como herramienta competitiva, para lograr que un cliente lo diferencie entre los demás y lo elija entre las distintas opciones que encuentre en cada destino al que viaje.
- Una importante desventaja que presenta SERVQUAL es la extensión del cuestionario (25 a 30 preguntas), lo cual se agudiza en los casos como el de la medición de la brecha 5 en que el cliente tiene que responderlo dos veces. En ocasiones, esto resulta molesto y tedioso para el cliente, quien de no tener una verdadera intención de colaborar en la evaluación de la calidad del servicio, lo más probable es que no lo responda. En el caso particular del hotel, se enfrentó este problema, ya que las encuestas fueron entregadas a 80 huéspedes, de los cuales únicamente el 60% contestó en

ambas ocasiones (antes y después de recibir el servicio). Es importante considerar esta merma al momento de determinar el tamaño de la muestra, ya que de no estimarse correctamente, los resultados pueden perder significancia y representatividad. Además, para promover en los clientes el interés por colaborar, es necesario hacer de su conocimiento los esfuerzos que realiza la empresa (el hotel en este caso) por mejorar sus servicios, de modo que comprenda que su participación es importante.

- A pesar de algunas deficiencias, SERVQUAL es una herramienta útil para la medición de la calidad de un servicio. Permite obtener un mapa acerca de la situación de la empresa con respecto a la satisfacción que sus servicios generan en sus clientes. Es una forma de cuantificar los aspectos subjetivos de la calidad y del servicio, lo cual implica el paso más importante en la mejora de la calidad. Además permite la comparación de los datos al implementar mejoras en el servicio.
- Los resultados que se obtienen mediante este método son útiles no sólo para la toma de decisiones, sino que sirven como parámetro para asignar valores económicos a la calidad o no-calidad del servicio y determinar así el impacto que tiene en la rentabilidad de la empresa.

3.2.3. Investigación 3

Tema: “Análisis de la calidad de servicio al cliente que se oferta en las Agencias de Registro Civil de las ciudades de Riobamba, Ambato, Guaranda y Latacunga usando el Modelo Servqual”

Autor: (Haro, 2017)

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Facultad: Marketing y Gestión de Negocios

Sede: Riobamba

Objetivo general: Analizar la calidad de servicio al cliente que se oferta en las Agencias de Registro Civil de las ciudades de Riobamba, Ambato, Guaranda y Latacunga usando el modelo SERVQUAL.

Objetivos específicos:

- Establecer los referentes teóricos que permitan analizar la calidad de servicio al cliente que se oferta en las Agencias de Registro Civil de las ciudades de Riobamba, Ambato, Guaranda y Latacunga usando el modelo SERVQUAL.
- Evaluar el estado actual de los servicios en las Agencias de Registro Civil de las ciudades de Riobamba, Ambato, Guaranda y Latacunga mediante el modelo SERVQUAL.
- Proponer un plan de mejoras al modelo actual de servicios que se ofertan en las Agencias de Registro Civil de las ciudades de Riobamba, Ambato, Guaranda y Latacunga que permita medir la calidad del servicio.

Conclusiones:

- En el caso de los elementos tangibles como las oficinas con mayor nivel de calidad son las de Ambato y Guaranda superando las expectativas de los clientes, alcanzando la satisfacción completa de sus clientes en el caso de Ambato, mientras que Guaranda alcanza los 3,83 lo que muestra que los clientes no están ni satisfechos ni insatisfechos.
- Los elementos de Fiabilidad o Prestación del Servicio de igual manera se ratifica los resultados de la oficina de Ambato como los de mayor calidad con una percepción de 3,97, superior a la expectativa, alcanzando la satisfacción de la mayoría de los clientes encuestados, seguidos por la ciudad de Guaranda con un valor de 3,76 y por último con valores de 3,39 y 3,31 las ciudades de Latacunga y Riobamba, mostrando que los clientes no están ni satisfechos ni insatisfechos.
- La capacidad de respuesta muestra como la oficina con mayor calidad percibida es la de Ambato con un valor de 3,89 aunque en esta ocasión la calidad percibida fue inferior a las expectativas mostrados por los clientes. Con respecto a la oficina de Guaranda, en la misma se sobrecumplieron las expectativas de calidad, siendo estas de 3,67 y se alcanzó una calidad percibida de 3,76, aunque se ha de señalar que con dicha percepción del servicio los clientes en su mayoría no se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos.

- Los resultados de los elementos de seguridad en cada una de las oficinas fueron alto y parejos, sobresaliendo los resultados alcanzados en la oficina de Ambato con un valor de 4,02 lo que muestra la satisfacción de la totalidad de los clientes encuestados y sobre cumpliendo las expectativas de los mismos. En el caso de los resultados de Riobamba con un menos nivel de calidad, pero de igual manera se sobre-cumplieron las expectativas de los clientes alcanzando valores de 3,40, aunque estos se muestra inferiores a los alcanzados por las oficinas de Guaranda y Latacunga cuya calidad percibida fue de 3,74 y 3,52 respectivamente.
- Los elementos de cortesía ratifican como la oficina con mejor calidad en sus servicios la de Ambato con una calidad percibida de 3,97 superiores a los 3,89 que mostraban como 96 expectativas, mostrando la satisfacción de los encuestados. De igual manera los resultados de la oficina de Guaranda muestran una percepción de la calidad superior a las expectativas con que llegaron los clientes, y por ultimo las oficinas de Latacunga de Riobamba en las que se alcanzaron valores de calidad percibida de 3,56 y 3,4 respectivamente, mostrando que los clientes al concluir el servicio no se encontraban ni satisfechos ni insatisfechos.
- Los resultados por oficina arrojan que, en el caso de Riobamba, el mayor nivel de calidad percibida por los clientes corresponde a los elementos de seguridad y cortesía con valores de 3,4 manifestando sin embargo los clientes no se encontraron ni satisfechos ni insatisfechos con respecto a dichos elementos.
- En la oficina de Ambato los resultados fueron mejores mostrando plena satisfacción de los clientes con respecto a los elementos tangibles y de seguridad, mientras que en el resto de los elementos se alcanzaron puntuaciones elevadas.
- Los resultados de la oficina de Guaranda muestran de igual manera valores superiores a los 3,80, alcanzándose la plena satisfacción en la mayoría de los clientes, siendo estos elementos los de mayor calidad percibida por parte de los clientes, mientras que los elementos de seguridad fueron los de más baja calidad alcanzándose los 3,74, mostrando satisfacción en más de la mitad de los clientes.

- Por último, los resultados de la oficina de Latacunga muestran que como promedio los clientes en la totalidad de los elementos evaluados no se sintieron ni satisfechos ni insatisfechos, siendo los elementos con mejor calidad percibida los de seguridad y cortesía con valores de 3,56 y 3,52.
- La oficina de Ambato es la que muestra el mayor nivel de expectativa y a su vez la mayor valoración de calidad percibida por sus clientes, superando las expectativas de los mismos alcanzando una puntuación de 3,98, seguida por los resultados alcanzados en Guaranda donde de igual manera la calidad percibida por los clientes fue superior a las expectativas de los clientes aun cuando se mostraba la segunda oficina con mayor nivel de expectativa de los clientes. De forma general en estas dos oficinas los clientes en su mayoría salieron satisfechos luego de recibido el servicio.
- Las oficinas de Riobamba y Latacunga las mismas mostraron los niveles más bajos de expectativas y en ambas oficinas no se cumplieron las expectativas de los clientes siendo del 92,99% en Latacunga y de 98,53% en Riobamba, sin embargo, este último fue la oficina que mostró el más bajo nivel de calidad de las cuatro con 3,36. Los resultados en estas dos oficinas muestran que los clientes nos salieron ni satisfechos ni insatisfechos de sus gestiones.
- Las dos oficinas con mayor nivel de expectativa de los clientes se sobrepasaron las mismas, mostrando una relación directa entre la calidad percibida del servicio con las expectativas con la que los clientes asisten al lugar, creando con ello prestigio en la institución, siendo el caso de las oficinas de Ambato y Guaranda, en las que se alcanzaron los niveles de percepción de la calidad más elevados al mismo tiempo que se encontraban con los mayores niveles de expectativas.
- De los resultados arrojados por el cuestionario del modelo SERQUAL y de los elementos en los que se obtuvo la puntuación más baja se plantearon un grupo de acciones enfocadas a realizar una correcta planificación de las actividades programadas, formalizar una planificación de la carga de trabajo de los empleados de la oficina, establecer un puesto de supervisión y un programa de estímulo, además

de un presupuesto para la adquisición y modernización de la oficina, y por último Instaurar normas de conducta y de presentación.

3.2.4. Investigación 4

Tema: “Propuesta de Mejora de la Calidad de Servicio en el Policlínico Chiclayo Oeste ubicado en la ciudad de Chiclayo, durante el período 2013”

Autor: (Vásquez, 2015)

Universidad: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

Facultad: Administración de Empresas

Sede: Perú

Objetivo general: Determinar las percepciones y expectativas con respecto a la problemática de la calidad de servicio del policlínico CHO, ubicado en la ciudad de Chiclayo durante el período 2013.

Conclusiones:

- Para poder hallar las expectativas y percepciones de los pacientes se utilizó la metodología SERVQUAL (se emplearon cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, seguridad, empatía y capacidad de respuesta).
- Tal y como se explicó en la tabla de nivel de insatisfacción, la dimensión fiabilidad se encuentra entre el rango negativo de 24.23 a 60.55, con un promedio final de 41.08 lo que indica un nivel de insatisfacción moderado, dado que los asegurados esperan que el proceso de entrega de citas sea rápido y que el tiempo de servicio de atención sea mayor, respetando siempre el horario programado.
- Tal y como se explicó en la tabla de nivel de insatisfacción, la dimensión capacidad de respuesta se encuentra entre el rango negativo de 23.34 a 58.33, con un promedio final de 44.72 lo que indica un nivel de insatisfacción moderado, debido al largo tiempo de espera para ser atendidos y para recibir el servicio ofrecido por el área de farmacia.
- Tal y como se explicó en la tabla de nivel de insatisfacción, la dimensión seguridad se encuentra entre el rango negativo de 23.34 a 58.33, con un promedio final de 34.43 lo que indica un nivel de insatisfacción

moderado, pues los asegurados perciben que el personal médico no se toma el tiempo necesario para realizarles una consulta minuciosa, ni les absuelven todas sus dudas al recibir su diagnóstico.

- Tal y como se explicó en la tabla de nivel de insatisfacción, la dimensión empatía se encuentra entre el rango negativo de 14.01 a 35, con un promedio final de 20.82 lo que indica un nivel de insatisfacción moderado, dado que los asegurados esperan que el personal de salud los trate con mayor amabilidad, respecto y paciencia en todo momento. Esto discrepa con la opinión de los médicos quienes manifiestan que en ocasiones lo que se busca es atender al mayor número de asegurados, y esto se puede interpretar como falta de paciencia.
- Tal y como se explicó en la tabla de nivel de insatisfacción, la dimensión elementos tangibles se encuentra entre el rango negativo de 15.12 a 37.78, con un promedio final de 19.25 lo que indica un nivel de insatisfacción moderado, dado que las instalaciones no son las correctas para el funcionamiento de un policlínico según el personal médico. Además los asegurados manifiestan que los muebles y paredes se encuentran deteriorados. Sin embargo esta dimensión tiende a ser leve debido a que gran parte de asegurados y personal de salud consideran que el policlínico cuenta con los equipos e instrumentos necesarios según el nivel de atención primario que ofrece.
- Por todo lo mencionado se recomienda que se desarrollen las propuestas que han sido seleccionadas, dado que son las que han obtenido mayor puntaje de acuerdo a los criterios que según el director del Policlínico CHO, van acorde a la realidad del mismo, por lo cual es probable que se puedan ejecutar.

3.2.5. Investigación 5

Tema: “Medición de la satisfacción del servicio al cliente y propuestas de mejora en Cafesalud medicina prepagada ubicada en la carrera 14 con calle 94 en la ciudad de Bogotá”

Autor: (Garzón, 2010)

Universidad: Pontificia Universidad Javeriana

Facultad: Ciencias Económicas y Administrativas

Sede: Bogotá

Objetivo general: Medir la satisfacción del servicio al cliente en Cafesalud Medicina Prepagada ubicada en la carrera 14 con calle 94 en la ciudad de Bogotá y proponer mejoras de servicio.

Objetivos específicos:

- Hacer un análisis del servicio actual que presta Cafesalud Medicina Prepagada a través del ciclo del servicio (Momentos de Verdad).
- Analizar los estándares de servicio y las promesas básicas acordadas por la entidad hacia sus usuarios.
- Conocer tiempos de respuesta para solicitudes de los diferentes asuntos que maneja la medicina prepagada.
- Evaluar la satisfacción de los clientes de Cafesalud Medicina Prepagada.
- Identificar las principales razones por las cuales los usuarios efectúan la cancelación del servicio.
- Proponer estrategias de mejora al servicio a las problemáticas encontradas.

Conclusiones:

- Después de realizar un análisis y estudio sobre el servicio al cliente en Cafesalud Medicina Prepagada Sede Chico, se pudieron identificar debilidades, pero sobre todo muchas oportunidades y estrategias de mejora que implican una ardua tarea para la empresa en mención.
- Desde la perspectiva del modelo Servqual, Teoría de Colas y por medio de la realización de Encuestas de Satisfacción, aunque las empresas cuentan con una sincronización de sus actividades internamente al tener los procesos y funciones principales encaminadas y vinculadas a procesos de planeación estratégica a lo largo de la compañía; cada área es evaluada bajo objetivos y metas específicas pero que hacen parte del objetivo global buscado por toda la compañía.
- Por tal razón al analizar todo lo concerniente al servicio al cliente al interior de la entidad médica, se encontró que la configuración manejada por la empresa permite que se generen cuellos de botella y desagradados

percibidos y expresados por los usuarios de la entidad al analizar toda su estructura desde la perspectiva de los momentos críticos de la verdad, ciclo del servicio, satisfacción del cliente manejados desde 3 modelos diferentes tales como: encuestas de satisfacción, encuestas bajo el modelo servqual, análisis bajo la modalidad de “cliente incógnito”; y todas estas reunidas permitieron que como grupo planteásemos desde una visión global de empresa, estrategias de mejora de servicios a todo nivel organizacional de la entidad medica de Cafesalud medicina prepagada seccional Chico, Bogotá.

- Para terminar se considera que tanto los recursos físicos como humanos utilizados para el desarrollo de los servicios brindados por Cafesalud medicina prepagada, están siendo sub utilizados generando así ineficiencia en el servicio con los usuarios y consecuencia de esto insatisfacción de los mismos. Para el análisis sobre cómo se presta el servicio en Cafesalud Medicina Prepagada actualmente se concluye que si bien es cierto que su servicio en términos generales es bueno, por otra parte es importante tener en cuenta más las necesidades del cliente y escuchar lo que cada uno de ellos tiene que decir, pues bajo el ciclo del servicio y momentos de verdad se llevó a profundidad una mirada global y macro de cómo funcionan cada una de sus áreas críticas.
- En cuanto a los tiempos de respuesta, se propuso medir 100 de ellos, con aras de determinar a qué tasa responden los asesores y cuan efectivo es su sistema de atención. Efectivamente se detectaron largas esperas de los usuarios esperando por citas médicas y autorizaciones; todo ello percibido dentro de las encuestas de satisfacción aplicadas a 100 personas y de donde estos dos aspectos jugaban un papel preponderante a la hora de que los usuarios fueran atendidos.
- Para terminar con respecto a las estrategias de mejora entregadas por el grupo, estas se consolidaron una vez la información de los modelos aplicados tales como cliente incognito, medición de tiempos de respuesta, encuestas de satisfacción y modelo servqual fueron analizados a profundidad; buscando espacios sin llenar que permitirán al grupo de investigación generar estrategias que pudieran llenar dichos vacíos y

permitirle a la entidad herramientas a ser aplicadas considerando que podrían ser de gran utilidad y beneficio a la hora de prestar un mejor servicio.

4. METODOLOGÍA

Para (Díaz, 2014) metodología es el conjunto de procesos y teorías que sirven para el estudio de determinados temas de investigación; ayudan a investigar más a fondo ciertas dudas, pero desde el punto de vista de otros individuos.

4.1. ENFOQUE

4.1.1. Enfoque cualitativo

La presente investigación cuenta con un enfoque cualitativo, ya que se realizaron entrevistas; tanto a los usuarios como al personal de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo. A continuación en la Tabla 2 y 3 presento los modelos de entrevista que se realizaron:

4.1.1.1. Modelo de entrevista al personal

Tabla 2: Entrevista al personal

PREGUNTAS	RESPUESTAS
Nombre	Andrés Usulle
Edad	34
Género	Masculino
Estado civil	Casado
Nivel de educación	Tercer nivel
Cargo	Jefe de Agencia
¿Qué gana la empresa al tenerte a ti en este cargo y no a otra persona?	Gana clientes satisfechos, gana esfuerzo y compromiso diario.
¿Te gusta trabajar con gente o prefieres trabajar solo?	Con personas; ayudar a los demás es lo que nos hace personas de éxito.
¿Te consideras como un líder o como un seguidor? ¿Por qué?	Creo que todas las personas debemos ser líderes; debemos hacer que los demás quieran ser como nosotros, porque marcamos la diferencia.

¿Acabas lo que empiezas?	Si, un trabajo bien hecho siempre será una carta de presentación personal.
Si todos los trabajos tuvieran la misma remuneración y la misma consideración social ¿Qué es lo que realmente te gustaría hacer?	Cuando una persona ama su trabajo no importa la remuneración ni la sociedad.
¿Cómo te insertas en un equipo de trabajo?	Puede ser muy sociable y divertido y a la vez cumplir con todas las actividades que me encarguen.
¿Qué aprendiste durante tus trabajos anteriores?	Aprendí a ser eficiente, a cumplir con objetivos colectivos en lugar de objetivos personales.
¿Cómo te llevabas con tus compañeros, con tus jefes, con tus subordinados?	Me parece que el ambiente de trabajo en esta Cooperativa es el adecuado; todos nos comunicamos y estamos prestos para ayudarnos mutuamente.
¿Qué relación piensas debe haber entre un jefe y su colaborador?	Debe ser una relación de padre a hijo; para siempre exista esa línea de respeto entre los dos.
¿Cuáles son tus puntos fuertes y tus puntos débiles en este puesto?	Mi punto fuerte es el compromiso personal que tengo con cada tarea que se me asigna y quizá uno de mis puntos débiles es trabajar bajo presión, porque creo las cosas bien hechas toman su tiempo.
¿Te gusta la previsibilidad de un trabajo cuya hora de comienzo conoces, así como la hora de finalización, o prefieres un trabajo en el que hoy no sabes exactamente lo que harás mañana?	Creo que en cualquier trabajo siempre existirá un imprevisto un determinado día, pero si amas lo que haces, estás dispuesto a aceptar estos pequeños inconvenientes.

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Martínez Tania

4.1.1.2. Modelo de entrevista al usuario

Tabla 3: Entrevista al usuario

PREGUNTAS	RESPUESTAS
Nombre	Geovana Díaz
Edad	23
Género	Femenino
Estado civil	Divorciada
Nivel de educación	Quinto semestre
¿Tiene cuenta en esta institución?	Sí.
¿Qué tipo de cuenta tiene?	Cuenta de ahorros.
¿Desde hace cuánto tiempo tiene cuenta?	Tres años.
¿Por qué tiene cuenta aquí?	Porque tienen intereses bajos y brindan un buen servicio.
¿Cuántos miembros de su familia además de usted tienen cuenta aquí?	Mi mamá y mi hermana.
¿Tiene cuenta en otra institución además de esta?	No.
¿Cómo se enteró de esta institución?	Por familiares que ya tenían cuenta en esta Cooperativa.
¿Con que frecuencia visita la institución?	Una vez al mes para el pago de mi préstamo.
¿Cuáles son los errores que tiene el personal, que han provocado una mala experiencia en usted?	Un error podría ser el tiempo que se tiene que esperar cuando se viene a hacer un depósito o un retiro.
¿Qué molestias siente usted al utilizar los servicios de esta institución?	El tiempo que toma poder acceder a un crédito; debido a toda la información que se debe presentar.
¿Cuáles son algunas de las	Pienso que esta Cooperativa es la mejor

características o alternativas que los competidores ofrecen y esta institución no?	del Cantón; entonces ninguna ofrece los beneficios que esta posee.
¿Qué imagen tienen usted de esta institución?	Es una Cooperativa que siempre busca el beneficio de sus socios. Con los créditos asequibles para todos los usuarios del Cantón hace la diferencia.

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Martínez Tania

4.1.2. Enfoque cuantitativo

La presente investigación cuenta con un enfoque cuantitativo debido a la recolección de información mediante encuestas a los usuarios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo; en la misma se preguntó a los usuarios básicamente como son atendidos al momento de realizar sus trámites o transacciones.

4.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

4.2.1. Investigación bibliográfica

En la presente investigación se buscó acceder a diferentes fuentes bibliográficas para así obtener datos reales, conocer las diferentes teorías y definiciones de ciertos autores en base al tema de estudio. Para este proyecto se tomó en cuentas bases científicas en cuanto al Modelo Servqual y la calidad en los servicios; finalmente se investigó temas que tengan similitud con el nuestro para reforzar más la investigación.

Para (Baena, 2014) la investigación bibliográfica es el proceso de búsqueda de información en documentos; nos permite crear un cierto conocimiento de un tema de estudio.

4.2.2. Investigación de campo

Se aplicó la investigación de campo, puesto que se recopiló información directamente de la realidad del tema de estudio; es decir, mediante la aplicación de encuestas a los usuarios de cada Cooperativa del Cantón.

4.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

4.3.1. Investigación descriptiva

Esta investigación ayuda a conocer las costumbres y formas de vida de las personas; permite la relación entre las dos variables de estudio; se recogen los datos y luego son analizados detenidamente con el fin de generar un conocimiento en base al tema de estudio.

Según (Águeda, 2014) se la conoce también como la investigación estadística; ya que permite describir los datos obtenidos, y ver como estos afectan en la vida diaria de las personas. Su propósito principal es entender las características o cualidades de cada cosa o persona dentro de un tema de estudio.

4.3.2. Investigación exploratoria

Este tipo de investigación me permitió tener una idea general del tema de estudio; pero esta debe ser sujeta a comprobación para descartar o no la hipótesis propuesta por el investigador.

Para (Águeda, 2014) esta investigación ayuda a explorar ciertos temas relacionados con nuestro tema de estudio, más no genera información para determinar las conclusiones y recomendaciones finales; puesto que solo genera supuestos.

4.4. POBLACIÓN

Según (González, 2012) una población es un conjunto de elementos con características similares; para llevarse a cabo una investigación se debe tener en

cuenta que la población que se seleccionará debe tener determinados aspectos en común para poder después obtener una muestra y estudiarla.

Mi población objeto de estudio en este proyecto de investigación fueron todos los socios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo, tal como se muestra en la Tabla 4:

Tabla 4: Datos de población y vivienda

Cantón	San Pedro de Pelileo
Provincia	Tungurahua
Zona	3
Parroquias	9
Población	56.600 habitantes
Número de Cooperativas Indígenas	13
Socios Totales de las Cooperativas	26.000

Fuente: (INEC, 2014)

Elaborado por: Martínez Tania

Según estos datos puedo decir que mi población objeto de estudio son los 26.000 socios de las Cooperativas.

4.5. MUESTRA

Para (González, 2012) muestra es una parte de la población; representa el número con el que realmente se trabajará dentro de un determinado tema de estudio. La muestra ayuda a seleccionar solo a ciertas personas o cosas que si serán útiles dentro de la investigación.

Una vez definida mi población objeto de estudio en 26.000 personas, se realizó el cálculo pertinente con el propósito de determinar el número de personas a las cuales procederé a aplicar las encuestas.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza 95% (1.96)

P = Probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q = Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

N = Población o universo

e = Nivel de error 5% (0.05)

Desarrollo:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 26.000}{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) + 26.000 * (0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 26.000}{3.84 * 0.5 * 0.5 + 26.000 * 0.0025}$$

$$n = \frac{24.960}{65.96}$$

$$n = 378.41$$

$$n = 380 \text{ Personas}$$

Respuesta:

De acuerdo al cálculo y realizada la aproximación pertinente, la muestra obtenida corresponde a 380 personas.

4.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información se tomó en cuenta a todos los socios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo. Esta población fue seleccionada en base a nuestro tema de estudio; ya que me enfoque en el Sector Financiero Indígena y era necesario solamente estudiar a personas que visitan estas instituciones diariamente o mensualmente para utilizar ciertos servicios.

La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta, con su respectivo instrumento; es decir, el cuestionario. Ya que al ser una muestra considerable necesitamos recolectar información de manera rápida y confiable.

4.7. SELECCIÓN DE TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

4.7.1. Encuesta

La encuesta se realizó a las 380 personas que se obtuvo como muestra; fue en base al Modelo Servqual, para de esta manera identificar cuáles son los puntos fuertes y débiles que están afectando a cada Institución Financiera Indígena de manera interna y externa.

4.7.2. Cuestionario

El cuestionario que se aplicó constó de 16 preguntas, las mismas que tuvieron relación con el cuestionario del Modelo Servqual. Se pidió primeramente información básica de la persona encuestada como: Edad, estado civil, etc.; y seguidamente vinieron las preguntas relacionadas directamente con nuestro tema de estudio. No hay respuestas correctas o incorrectas; lo que interesa es que el encuestado refleje con precisión su realidad.

4.8. PROCESAMIENTO DE DATOS

Una vez recolectadas las 380 encuestas procedí a ingresar los datos en el programa SPSS, uno a uno; para de esta manera empezar con el procesamiento de datos. En este programa los datos obtenidos fueron sometidos al siguiente procedimiento:

- Revisión de datos.
- Codificación y tabulación de información.
- Análisis de datos obtenidos.
- Interpretación de resultados.
- Obtención del alfa de cronbach.
- Fijación de conclusiones y recomendaciones.

5. RESULTADOS

1. Género

Tabla 5: Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MASCULINO	191	50,3	50,3	50,3
	FEMENINO	189	49,7	49,7	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

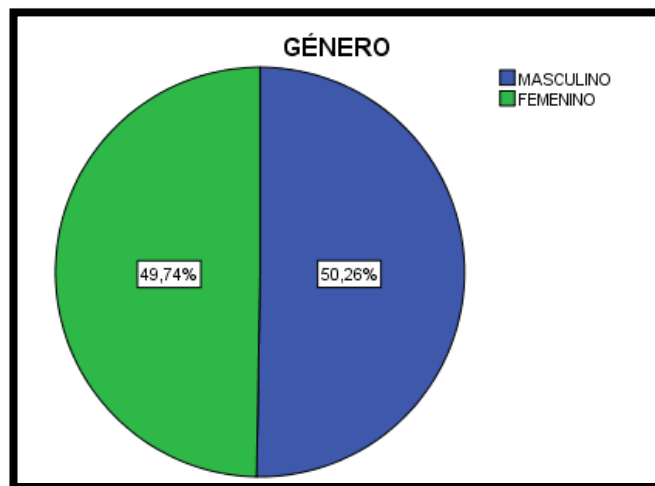


Gráfico 7: Género

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 1 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 50.26% representan al género masculino y el 49.74% restante al género femenino.

Interpretación: Se puede observar que la mayor parte de usuarios de las Cooperativas corresponden al género masculino; debido a que la mayoría son jefes de hogar, y necesitan mantener económicamente a su familia.

2. Estado civil

Tabla 6: Estado civil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SOLTERO/A	185	48,7	48,7	48,7
CASADO/A	170	44,7	44,7	93,4
UNIÓN LIBRE	8	2,1	2,1	95,5
DIVORCIADO/A	12	3,2	3,2	98,7
VIUDO/A	5	1,3	1,3	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

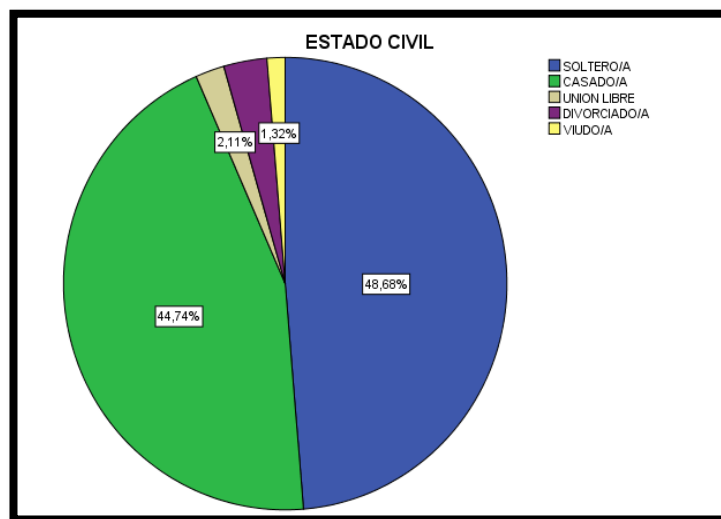


Gráfico 8: Estado civil

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 2 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 48.7% son solteros/as, el 44.7% son casados/as, el 3.2% son divorciados/as, el 2.1% están en unión libre y el 1.3% restante son viudos/as.

Interpretación: Se puede observar que la mayor parte de usuarios de las Cooperativas son de estado civil soltero/a; es decir, realizan trámites y transacciones en las Cooperativas para beneficio propio.

3. Nivel de educación

Tabla 7: Nivel de educación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido EDUCACIÓN BÁSICA	135	35,5	35,5	35,5
BACHILLERATO	133	35,0	35,0	70,5
TÉCNICO SUPERIOR	42	11,1	11,1	81,6
TERCER NIVEL	44	11,6	11,6	93,2
POSTGRADO	26	6,8	6,8	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

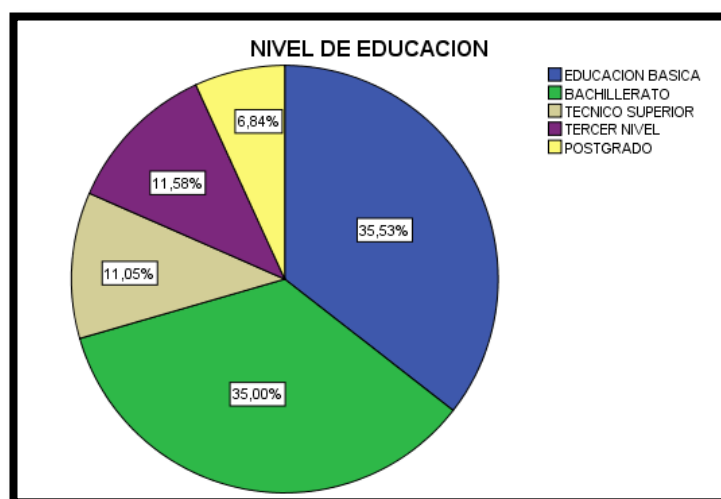


Gráfico 9: Nivel de educación

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 3 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 35.5% tienen educación básica, el 35.0% son bachilleres, el 11.6% tienen un título de tercer nivel, el 11.1% son técnico superior y el 6.8% restante tienen estudios de postgrado.

Interpretación: Se puede observar que la mayor parte de usuarios de las Cooperativas tienen educación básica y bachillerato; es decir, no terminaron sus estudios superiores debido a distintos factores.

4. Edad

Tabla 8: Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido DE 18 A 28	102	26,8	26,8	26,8
DE 29 A 38	135	35,5	35,5	62,4
DE 39 A 48	88	23,2	23,2	85,5
DE 49 A 58	42	11,1	11,1	96,6
DE 59 EN ADELANTE	13	3,4	3,4	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

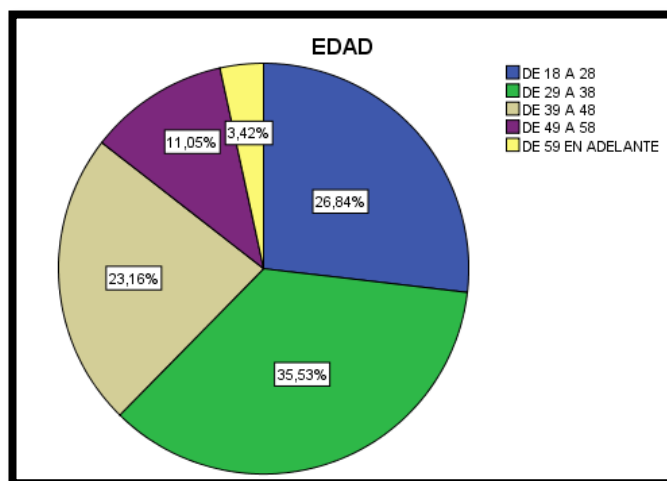


Gráfico 10: Edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 4 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 35.5% están en un rango de 29 a 38 años de edad, el 26.8% están en un rango de 18 a 28 años de edad, el 23.2% están en un rango de 29 a 38 años de edad, el 11.1% están en un rango de 49 a 58 años de edad y el 3.4% restante están en un rango de 59 años de edad en adelante.

Interpretación: Se puede observar que la mayor parte de usuarios de las Cooperativas tienen un rango de edad de 18 a 28 años; es decir, necesitan sustento económico para sus estudios y por eso visitan las Cooperativas.

5. ¿La institución tiene una infraestructura amplia y cómoda?

Tabla 9: Infraestructura

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido TOTALMENTE DE ACUERDO	68	17,9	17,9	17,9
PARCIALMENTE DE ACUERDO	122	32,1	32,1	50,0
INDECISO	70	18,4	18,4	68,4
PARCIALMENTE EN DESACUERDO	65	17,1	17,1	85,5
TOTALMENTE EN DESACUERDO	55	14,5	14,5	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

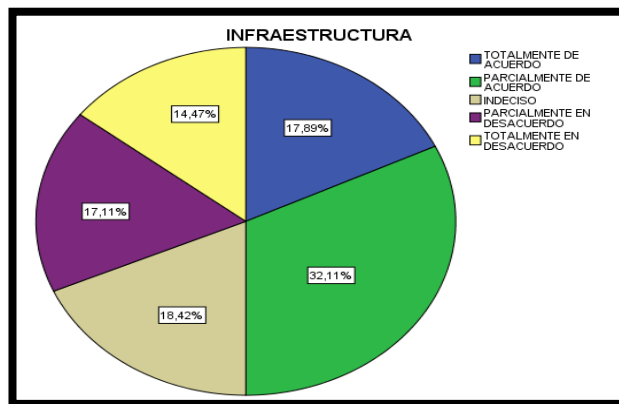


Gráfico 11: Infraestructura

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 5 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 32.1% están parcialmente de acuerdo con la infraestructura, el 18.4% están indecisos, el 17.9% están totalmente de acuerdo, el 17.1% están parcialmente en desacuerdo y el 14.5% restante están totalmente en desacuerdo.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas están de acuerdo con la infraestructura de las mismas; quizá no es moderna, pero es cómoda para realizar determinados trámites.

6. ¿La institución tiene equipos de cómputo útiles y actuales?

Tabla 10: Equipos de cómputo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido TOTALMENTE DE ACUERDO	89	23,4	23,4	23,4
PARCIALMENTE DE ACUERDO	85	22,4	22,4	45,8
INDECISO	59	15,5	15,5	61,3
PARCIALMENTE EN DESACUERDO	80	21,1	21,1	82,4
TOTALMENTE EN DESACUERDO	67	17,6	17,6	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

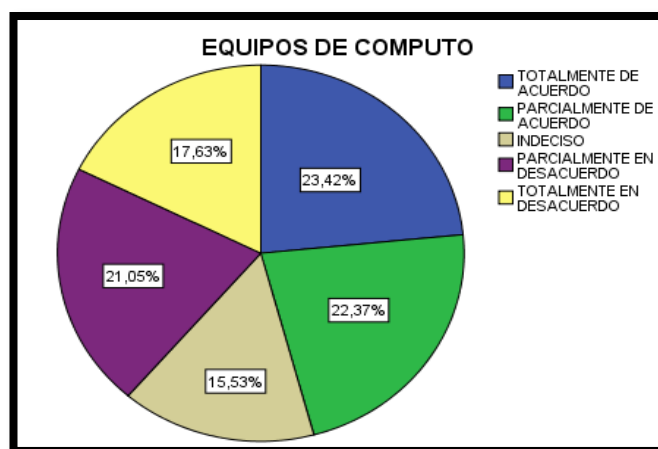


Gráfico 12: Equipos de cómputo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 6 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 23.4% están totalmente de acuerdo con la tecnología, el 22.4% están parcialmente de acuerdo, el 21.1% están parcialmente en desacuerdo, el 17.6% están totalmente en desacuerdo y el 15.5% restante están indecisos.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas están de acuerdo con la tecnología de las mismas; los equipos de cómputo actuales si permiten brindar servicios de calidad en todo momento.

7. ¿Los empleados de la institución tienen una apariencia acorde a su puesto de trabajo?

Tabla 11: Apariencia en el trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SIEMPRE	255	67,1	67,1	67,1
	CASI SIEMPRE	87	22,9	22,9	90,0
	A VECES	38	10,0	10,0	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

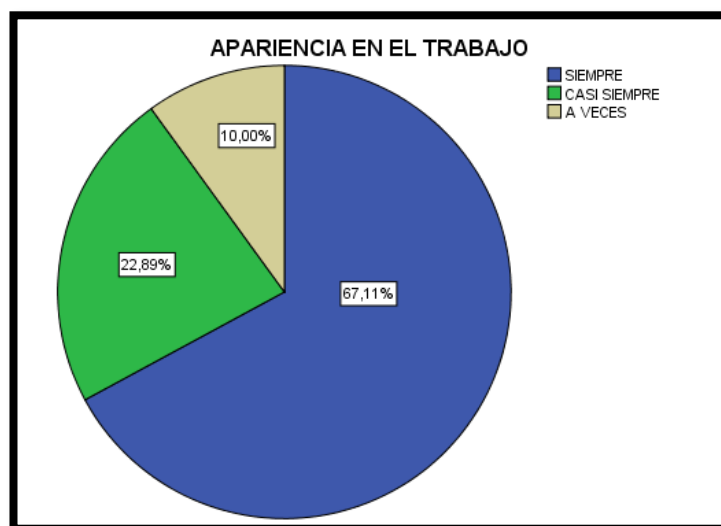


Gráfico 13: Apariencia en el trabajo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 7 nos muestran que de las 380 personas encuestadas, el 67.1% dice que la apariencia de los empleados es siempre acorde al puesto de trabajo, el 22.9% dice que la apariencia de los empleados casi siempre es acorde al puesto de trabajo y el 10.0% restante dice que la apariencia de los empleados a veces es acorde al puesto de trabajo.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas están de acuerdo al decir que los empleados siempre visten acorde con su puesto de trabajo, dando así una buena imagen a las Cooperativas.

8. ¿Califique el horario de atención de la institución?

Tabla 12: Horario de atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MUY BUENO	95	25,0	25,0	25,0
	BUENO	210	55,3	55,3	80,3
	REGULAR	39	10,3	10,3	90,5
	DEFICIENTE	15	3,9	3,9	94,5
	MUY DEFICIENTE	21	5,5	5,5	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

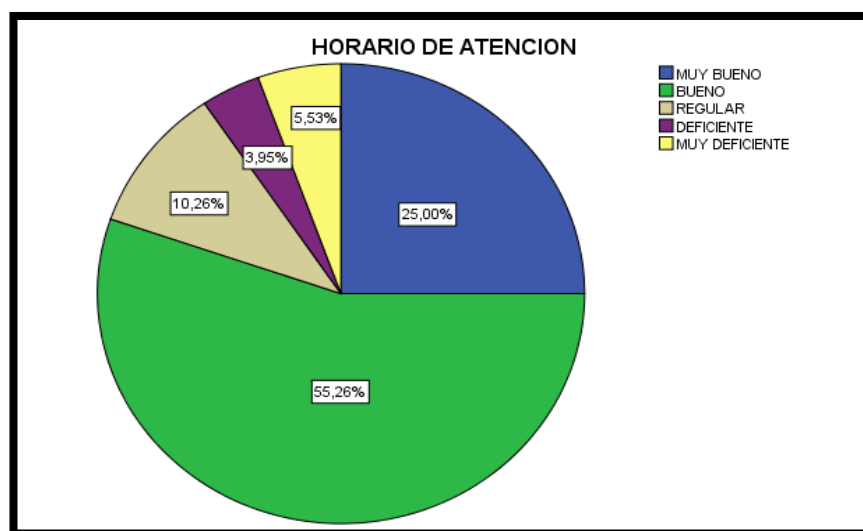


Gráfico 14: Horario de atención

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 8 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 55.3% dice que el horario de atención es bueno, el 25.0% dice que es muy bueno, el 10.3% dice que es regular, el 5.5% dice que es muy deficiente y el 3.9% restante dice que es deficiente.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas están totalmente de acuerdo con los horarios de atención, ya que son accesibles para todos a pesar de tener un trabajo fijo.

9. ¿La institución posee un buzón de quejas y sugerencias, para qué usted comunique cómo fue atendido?

Tabla 13: Buzón de quejas y sugerencias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	78	20,5	20,5	20,5
	NO	302	79,5	79,5	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

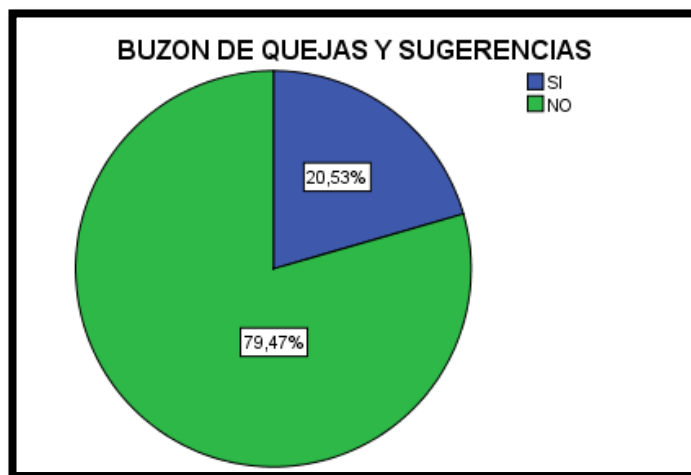


Gráfico 15: Buzón de quejas y sugerencias

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 9 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 79.5% dice que estas instituciones no poseen un buzón de quejas y sugerencias y el 20.5% restante dice que si poseen.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas si necesitan un buzón de quejas y sugerencias, para poder así expresar todas sus inconformidades al recibir un determinado servicio.

10. ¿Cuándo los empleados de la institución prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen?

Tabla 14: Cumplen lo prometido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SIEMPRE	108	28,4	28,4	28,4
	CASI SIEMPRE	195	51,3	51,3	79,7
	A VECES	39	10,3	10,3	90,0
	CASI NUNCA	20	5,3	5,3	95,3
	NUNCA	18	4,7	4,7	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

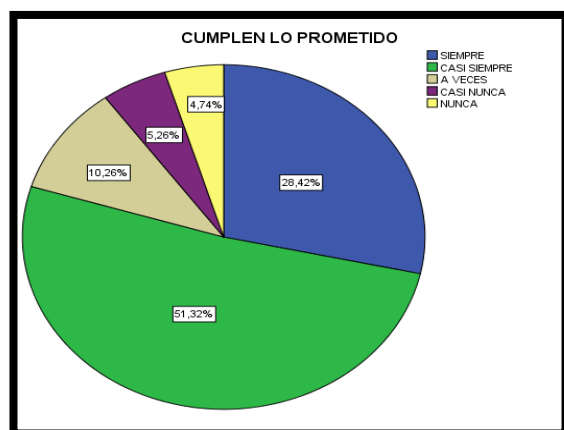


Gráfico 16: Cumplen lo prometido

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 10 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 51.3% dice que los empleados casi siempre cumplen lo prometido, el 28.4% dice que los empleados siempre cumplen lo prometido, el 10.3% dice que los empleados a veces cumplen lo prometido, el 5.3% dice que los empleados casi nunca cumplen lo prometido y el 4.7% restante dice que los empleados nunca cumplen lo prometido.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas dicen que los empleados si cumplen con lo prometido; es decir, el usuario puede confiar totalmente en la Cooperativa al momento de tomar sus decisiones.

11. ¿Cuándo usted tiene un problema la institución muestra un sincero interés en solucionarlo?

Tabla 15: Solución de problemas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido TOTALMENTE DE ACUERDO	203	53,4	53,4	53,4
PARCIALMENTE DE ACUERDO	57	15,0	15,0	68,4
INDECISO	51	13,4	13,4	81,8
PARCIALMENTE EN DESACUERDO	21	5,5	5,5	87,4
TOTALMENTE EN DESACUERDO	48	12,6	12,6	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

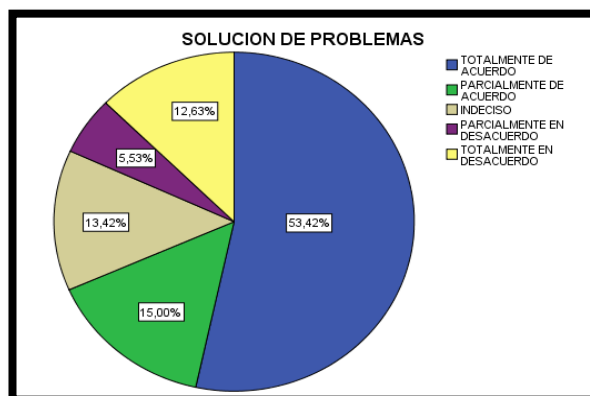


Gráfico 17: Solución de problemas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 11 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 53.4% está totalmente de acuerdo con el interés que muestran los empleados para solucionar un problema, el 15.0% está parcialmente de acuerdo, el 13.4% está indeciso, el 12.6% está totalmente en desacuerdo y el 5.5% restante está parcialmente en desacuerdo.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas están de acuerdo con la actitud que muestran los empleados al momento de solucionar sus problemas, son amables y muy colaboradores.

12. ¿Los empleados de la institución tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas e inquietudes?

Tabla 16: Respuesta a preguntas e inquietudes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SIEMPRE	270	71,1	71,1	71,1
	CASI SIEMPRE	84	22,1	22,1	93,2
	A VECES	25	6,6	6,6	99,7
	CASI NUNCA	1	,3	,3	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

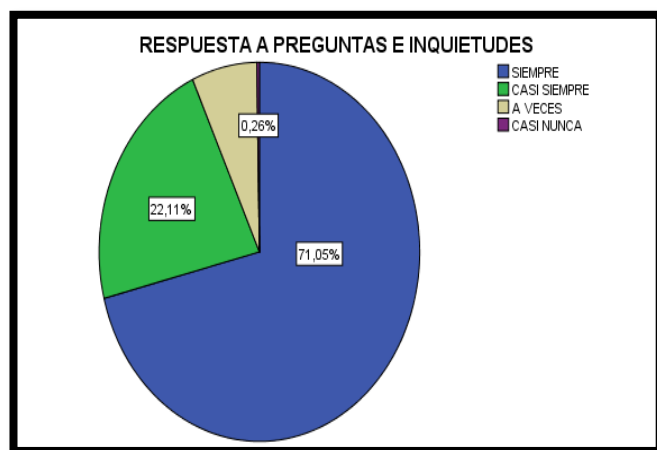


Gráfico 18: Respuesta a preguntas e inquietudes

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 12 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 71.1% dice que los empleados siempre responden a sus preguntas e inquietudes, el 22.1% dice que los empleados casi siempre responden a sus preguntas e inquietudes, el 6.6% dice que los empleados a veces responden a sus preguntas e inquietudes y el 0.3% restante dice que los empleados casi nunca responden a sus preguntas e inquietudes.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas dicen que los empleados si tienen los conocimientos suficientes; es decir, la experiencia en su puesto de trabajo les da el conocimiento necesario para solucionar los problemas que se presentan a diario.

13. ¿El comportamiento de los empleados le genera confianza y hace que usted se sienta seguro al realizar sus trámites?

Tabla 17: Confianza y seguridad en trámites

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido TOTALMENTE DE ACUERDO	293	77,1	77,1	77,1
PARCIALMENTE DE ACUERDO	55	14,5	14,5	91,6
INDECISO	32	8,4	8,4	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

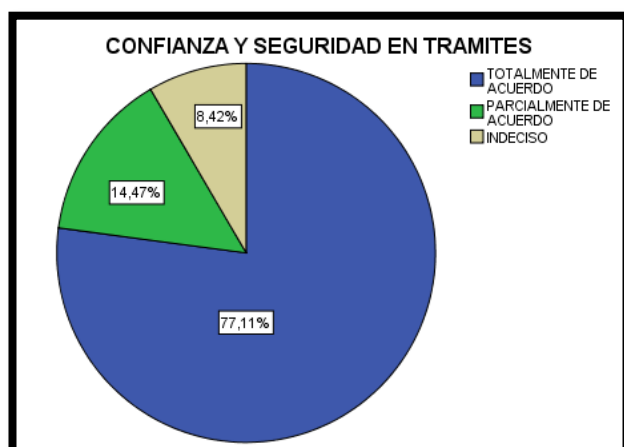


Gráfico 19: Confianza y seguridad en trámites

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 13 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 77.1% está totalmente de acuerdo con el comportamiento de los empleados al momento de realizar sus trámites, el 14.5% está parcialmente de acuerdo con el comportamiento de los empleados al momento de realizar sus trámites y el 8.4% restante está indeciso con el comportamiento de los empleados al momento de realizar sus trámites.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas están de acuerdo con el comportamiento de los empleados al momento de realizar sus trámites, debido a que estos siempre están dispuestos a ayudar en todo lo que ellos necesiten.

14. ¿Con qué continuidad la institución le entrega elementos como folletos, trípticos, volantes, etc.?

Tabla 18: Entrega elementos tangibles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido CONSTANTEMENTE	22	5,8	5,8	5,8
A MENUDO	42	11,1	11,1	16,8
FRECUENTEMENTE	68	17,9	17,9	34,7
RARA VEZ	159	41,8	41,8	76,6
NUNCA	89	23,4	23,4	100,0
Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

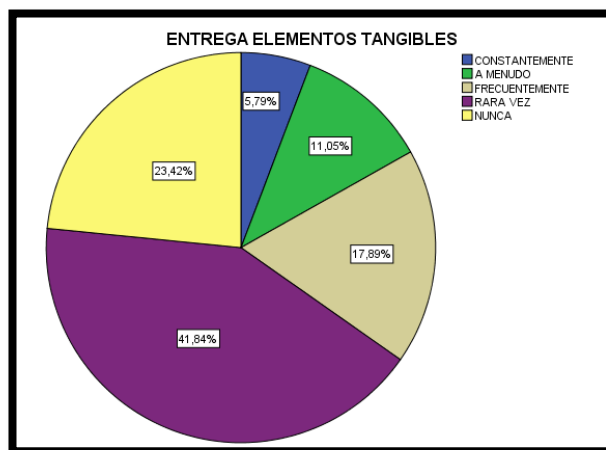


Gráfico 20: Entrega de elementos tangibles

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 14 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 41.8% dice que rara vez les entregan elementos tangibles, el 23.4% dice que nunca les entregan elementos tangibles, el 17.9% dice que frecuentemente les entregan elementos tangibles, el 11.1% dice que a menudo les entregan elementos tangibles y el 5.8% restante dice que constantemente les entregan elementos tangibles.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas dicen que están deberían invertir más capital en material publicitario; para así darse a conocer en el Cantón y la Provincia.

15. ¿Los empleados de la institución le ofrecen un servicio rápido y de calidad?

Tabla 19: Servicio rápido y de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MUY DE ACUERDO	66	17,4	17,4	17,4
	DE ACUERDO	29	7,6	7,6	25,0
	INDIFERENTE	45	11,8	11,8	36,8
	EN DESACUERDO	39	10,3	10,3	47,1
	MUY EN DESACUERDO	201	52,9	52,9	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

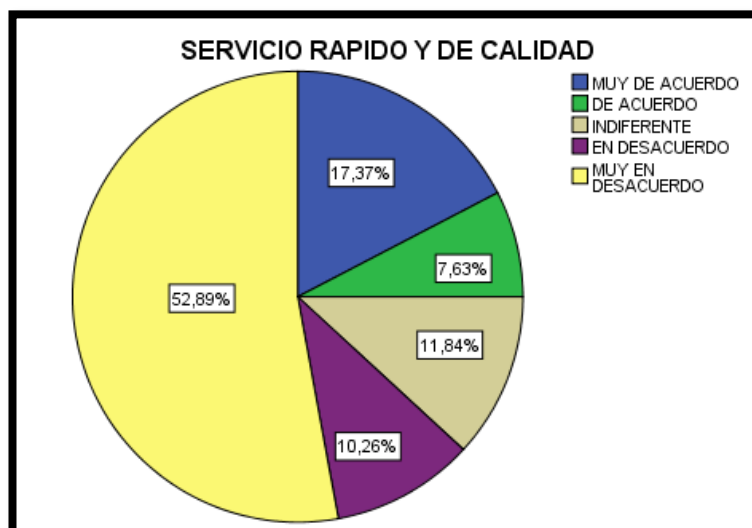


Gráfico 21: Servicio rápido y de calidad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 15 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 52.9% está muy en desacuerdo con el servicio que recibe, el 17.4% está muy de acuerdo con el servicio que recibe, el 11.8% se siente indiferente con el servicio que recibe, el 10.3% está en desacuerdo con el servicio que recibe y el 7.6% restante está de acuerdo con el servicio que recibe.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas están en desacuerdo con el servicio que reciben; dicen que no es de calidad, ni tampoco rápido.

16. ¿Los empleados de la institución están demasiado ocupados al momento de atenderle?

Tabla 20: Atención al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SIEMPRE	52	13,7	13,7	13,7
	CASI SIEMPRE	70	18,4	18,4	32,1
	A VECES	184	48,4	48,4	80,5
	CASI NUNCA	48	12,6	12,6	93,2
	NUNCA	26	6,8	6,8	100,0
	Total	380	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

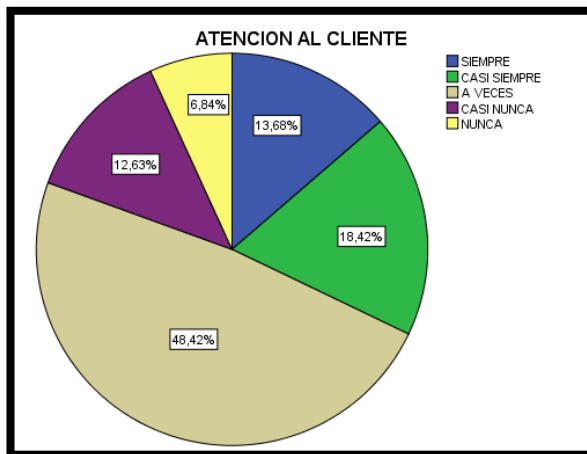


Gráfico 22: Atención al cliente

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Análisis: Los resultados obtenidos en la pregunta 16 muestran que de las 380 personas encuestadas, el 48.4% dice que a veces los empleados están demasiado ocupados al momento de atenderle, el 18.4% dice que casi siempre, el 13.7% dice que siempre, el 12.6% dice que casi nunca y el 6.8% restante dice que nunca.

Interpretación: La mayor parte de usuarios de las Cooperativas dicen que siempre los empleados están demasiado ocupados al momento de atenderles; los empleados deberían priorizar sus tareas y estar siempre dispuestos a ayudar al usuario en lo que este necesite.

Una vez concluida la tabulación, el análisis y la interpretación de esta encuesta procedí al cálculo del alfa de cronbach para demostrar el nivel de fiabilidad de la misma. En las tablas 21, 22 y 23 veremos los cálculos pertinentes hasta la obtención del alfa de cronbach:

Tabla 21: Estadísticos descriptivos

	Media	D. Estándar	Varianza
Infraestructura	2,78	1,321	1,744
Equipos de cómputo	2,87	1,437	2,065
Apariencia en el trabajo	1,43	,668	,446
Horario de atención	2,10	1,001	1,001
Buzón de quejas y sugerencias	1,79	,404	,164
Cumplen lo prometido	2,07	1,011	1,022
Solución de problemas	2,09	1,423	2,024
Respuesta a preguntas e inquietudes	1,36	,616	,379
Confianza y seguridad en trámites	1,31	,620	,385
Entrega elementos tangibles	3,66	1,124	1,264
Servicio rápido y de calidad	3,74	1,566	2,453
Atención al cliente	2,81	1,047	1,097
Suma	28,0053	3,69410	13,646

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Tabla 22: Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	380	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	380	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Tabla 23: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,834	13

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

El alfa de cronbach de los 13 ítems es de 0,834. Es decir, es un valor mayor a 0,60; es por eso que las preguntas de la encuesta tienen congruencia entre sí y por ende tienen alta fiabilidad.

Conclusión Final:

- Con la aplicación y la tabulación de esta encuesta pude concluir que la infraestructura y los equipos tecnológicos de las Cooperativas no son de última tecnología pero son los adecuados para brindar servicios de calidad.
- Una adecuada imagen por parte del personal en el trabajo y un horario de atención flexible pueden hacer que los usuarios se sientan satisfechos con los servicios recibidos.
- No solucionar los problemas de los usuarios en un tiempo prudencial es el principal inconveniente que tienen todas las Cooperativas; esto debido al desconocimiento de funciones por parte del personal.
- Los empleados deben tener los conocimientos suficientes para responder a todas las preguntas e inquietudes de los usuarios, para que los mismos sientan confianza al contarles sus problemas; y en estas Cooperativas debido al desconocimiento de ciertos procesos y procedimientos, esto no es así.
- El tiempo que toma recibir un servicio es el principal malestar que tienen los usuarios de estas Cooperativas; se necesita aligerar el tiempo de atención al cliente para de esta forma brindar servicios de calidad en todo momento.

6. PROPUESTA

Elaboración de un manual de procesos, procedimientos y funciones para las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo.

6.1. ANTECEDENTES

El manual de procesos, procedimientos y funciones tiene como propósito asegurar el correcto funcionamiento de todas las actividades y procesos que se realizan a diario en una empresa. La mayoría de veces el personal no tiene claras sus funciones y realiza de manera incorrecta las mismas y esto genera molestias en los usuarios.

Entonces en base a los resultados obtenidos en la encuesta y a lo expuesto anteriormente podemos decir que un manual de procesos, procedimientos y funciones solucionaría el problema de retraso de tiempo en la atención al cliente de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo.

Este manual serviría como fuente de consulta permanente para el personal de trabajo de las Cooperativas; puesto que las funciones, procesos y procedimientos quedarán plasmados en documentos que cualquiera puede revisar para aclarar sus dudas e inquietudes.

Si queremos conocer la situación actual de estas Cooperativas e identificar sus problemas y falencias necesitamos elaborar una matriz FODA; y después con los resultados y estrategias obtenidos proceder a la elaboración del manual.

A través de un análisis FODA se reconocieron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las Cooperativas. Todas las Cooperativas tienen puntos fuertes y puntos débiles, es decir, necesitan mejorar y a su vez cambiar los servicios que están generando molestias en los usuarios.

Una vez realizada la matriz FODA procederé al desarrollo de una matriz de impacto cruzado; la misma que me ayudará a crear estrategias para cubrir las necesidades

actuales y potenciales de los usuarios. A continuación en el gráfico 23 observamos la matriz FODA; y en las Tablas 24, 25 y 26 observamos la matriz EFI, EFE y de impacto cruzado:

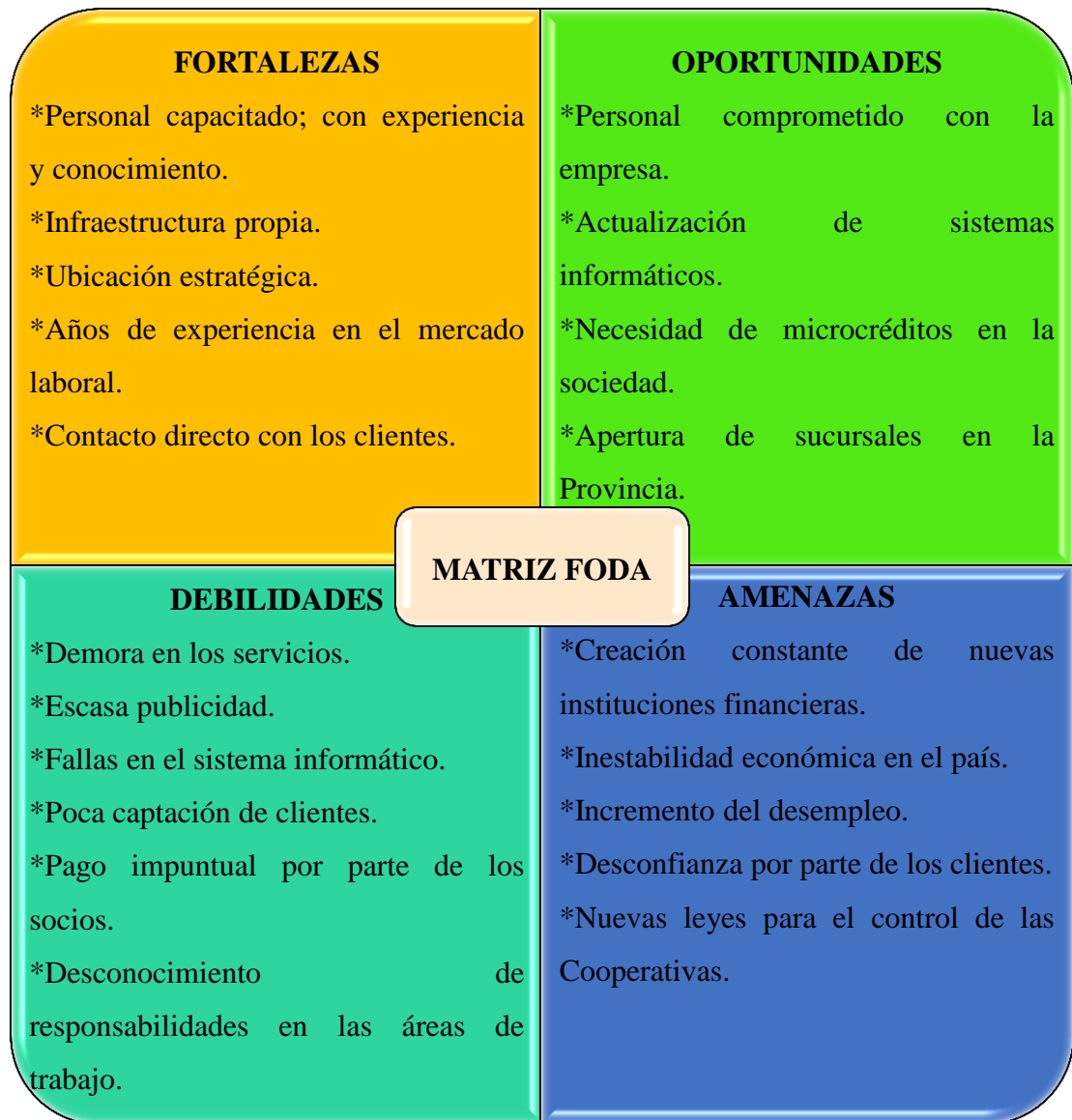


Gráfico 23: Matriz FODA

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Tabla 24: Matriz de Evaluación de los Factores Internos EFI

FACTORES CRÍTICOS DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
FACTORES INTERNOS			
FORTALEZAS			
1. Personal capacitado; con experiencia y conocimiento.	0.16	4	0.64
2. Infraestructura propia.	0.04	3	0.12
3. Ubicación estratégica.	0.05	3	0.15
4. Años de experiencia en el mercado laboral.	0.08	4	0.32
5. Contacto directo con los clientes.	0.13	4	0.52
DEBILIDADES			
1. Demora en los servicios.	0.10	1	0.10
2. Escasa publicidad.	0.05	2	0.10
3. Fallas en el sistema informático.	0.06	2	0.12
4. Poca captación de clientes.	0.07	2	0.14
5. Pago impuntual por parte de los socios.	0.17	1	0.17
6. Desconocimiento de responsabilidades en las áreas de trabajo.	0.09	1	0.09
TOTAL:	1.00		2.47

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Nuestros factores de éxito internos están por debajo del valor promedio; es decir, no podemos afrontar los factores de éxito externos actualmente; es por ello que las Cooperativas deben cambiar determinados factores internos para poder brindar servicios de calidad a los usuarios del Cantón en todo momento.

Tabla 25: Matriz de Evaluación de Factores Externos EFE

FACTORES CRÍTICOS DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES			
1. Personal comprometido con la empresa.	0.11	4	0.44
2. Actualización de sistemas informáticos.	0.06	2	0.12
3. Necesidad de microcréditos en la sociedad.	0.13	3	0.39
4. Apertura de sucursales en la Provincia.	0.10	2	0.20
AMENAZAS			
1. Creación constante de nuevas instituciones financieras.	0.15	3	0.45
2. Inestabilidad económica en el país.	0.12	3	0.36
3. Incremento del desempleo.	0.10	2	0.20
4. Desconfianza por parte de los clientes.	0.08	1	0.08
5. Nuevas leyes para el control de las Cooperativas.	0.15	4	0.60
TOTAL:	1.00		2.84

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Nuestros factores de éxito externos están por encima del valor promedio; es decir, el servicio que están brindando las Cooperativas actualmente no es de calidad; hay que mejorar en todo los aspectos posibles en el corto plazo, para así evitar pérdidas económicas en el largo plazo.

Tabla 26: Matriz de impacto cruzado

F. INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1. Personal capacitado; con experiencia y conocimiento.</p> <p>F2. Infraestructura propia.</p> <p>F3. Ubicación estratégica.</p> <p>F4. Años de experiencia en el mercado laboral.</p> <p>F5. Contacto directo con los clientes.</p>	<p>D1. Demora en los servicios.</p> <p>D2. Escasa publicidad.</p> <p>D3. Fallas en el sistema informático.</p> <p>D4. Poca captación de clientes.</p> <p>D5. Pago impuntual por parte de los socios.</p> <p>D6. Desconocimiento de responsabilidades en las áreas de trabajo.</p>
F. EXTERNOS		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>O1. Personal comprometido con la empresa.</p> <p>O2. Actualización de sistemas informáticos.</p> <p>O3. Necesidad de microcréditos en la sociedad.</p> <p>O4. Apertura de sucursales en la Provincia.</p>	<p>F1, O1: Con personal capacitado en las diferentes áreas de trabajo se podrá brindar servicios de calidad en todo momento.</p> <p>F4, O4: Con apertura de nuevas sucursales se tendrá mayor participación en el mercado.</p>	<p>D1, O1: Elaborar un manual de procesos, procedimientos y funciones para evitar demoras en los servicios y desconocimiento de responsabilidades por parte del personal.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>A1. Creación constante de nuevas instituciones financieras.</p> <p>A2. Inestabilidad económica en el país.</p> <p>A3. Incremento del desempleo.</p> <p>A4. Desconfianza por parte de los clientes.</p> <p>A5. Nuevas leyes para el control de las Cooperativas.</p>	<p>F5, A1: Aprovechar el contacto directo con los usuarios para generar fidelización y compromiso.</p>	<p>D1, A4: Brindar servicios seguros, confiables y de calidad para generar confianza en los usuarios.</p>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

Una vez aclarada la situación actual de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo, procederé a la elaboración del manual de procesos, procedimientos y funciones.

**MANUAL DE
PROCESOS,
PROCEDIMIENTOS
Y FUNCIONES**

ÍNDICE

- ✓ Portada
- ✓ Introducción
- ✓ Marco Teórico
- ✓ Objetivos
 - Objetivo General
 - Objetivos Específicos
- ✓ Misión
- ✓ Visión
- ✓ Importancia
- ✓ Valores Empresariales
- ✓ Organigrama Estructural
- ✓ Organigrama Funcional
- ✓ Descripción de Puestos
- ✓ Descripción de Procesos
- ✓ Validación

1. INTRODUCCIÓN

El presente Manual de procesos y procedimientos es un instrumento de apoyo para el personal, funcionarios y directivos de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo.

Un manual es un documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una empresa. El manual incluye además los puestos o unidades administrativas que intervienen precisando su responsabilidad y participación.

En él se encuentra registrada y transmitida sin distorsión la información básica referente al funcionamiento de todas las unidades administrativas; facilita las labores de auditoría, la evaluación y control interno y su vigilancia, la conciencia en los empleados y en sus jefes de que el trabajo se está realizando o no adecuadamente.

2. MARCO TEÓRICO

Aclara (Gómez, 2016) que un manual es la definición de políticas, guías, procedimientos y normas que permiten evaluar a la organización; ayuda a establecer objetivos y a su vez a alcanzarlos en el corto plazo.

Según (Martínez, 2014) un proceso es un conjunto de actividades sistematizadas, en las cuales un conjunto de insumos son transformados en un producto o servicio con utilidad para el cliente o usuario.

Para (Gómez, 2016) un procedimiento es la forma específica para llevar a cabo una actividad o proceso, enfocándose en la forma en que se debe trabajar o como se deben hacer las cosas para realizar de manera correcta una tarea.

Para (Guerra, 2015) un manual de procesos y procedimientos es un documento que contiene la descripción de las actividades que se deben seguir de manera ordenada, para la correcta realización de funciones en una unidad organizacional. Es un

instrumento facilitador del mejoramiento continuo de la eficiencia, la eficacia y la transparencia.

Al hablar de procedimientos es necesario hablar de diagramas de flujo. Entonces (Gutiérrez, 2017) dice que un diagrama de flujo es una sencilla gráfica que permite explicar los pasos que se debe seguir en un determinado procedimiento. Ayudan a describir las etapas que contiene un proceso de manera tan clara que cualquier persona pueda entenderlo. A continuación en el gráfico 24 se explica la simbología de los diagramas de flujo:


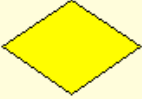






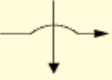

	Inicio/Final Se utiliza para indicar el inicio y el final de un diagrama; de Inicio sólo puede salir una línea de flujo y al final sólo debe llegar una línea		Decisión Indica la comparación de dos datos y dependiendo del resultado lógico (falso o verdadero) se toma la decisión de seguir un camino del diagrama u otro
	Entrada/Salida Entrada/Salida de datos por cualquier dispositivo (scanner, lector de código de barras, micrófono, parlantes, etc.)		Impresora/Documento. Indica la presentación de uno o varios resultados en forma impresa
	Entrada por teclado. Entrada de datos por teclado. Indica que el computador debe esperar a que el usuario teclee un dato que se guardará en una variable o constante		Pantalla Instrucción de presentación de mensajes o resultados en pantalla
	Acción/Proceso Indica una acción o instrucción general que debe realizarse (operaciones aritméticas, asignaciones, etc.)		Conector Interno Indica el enlace de dos partes de un diagrama dentro de la misma página
	Flujo/Flechas de Dirección Indica el seguimiento lógico del diagrama. También indica el sentido de ejecución de las operaciones		Conector Externo Indica el enlace de dos partes de un diagrama en páginas diferentes

Gráfico 24: Simbología del diagrama de flujo

Fuente: (Gutiérrez, 2017)

Elaborado por: Martínez Tania

Para (Martínez, 2014) el manual de funciones es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada empleado en sus actividades diarias y tiene que ser elaborado técnicamente en base a procedimientos, sistemas y normas que estén establecidos en la empresa.

Para hablar del manual de funciones es necesario mencionar la ficha ocupacional; ya que en esta se definen todas las actividades, habilidades, destrezas, etc., que debe cumplir el empleado. Entonces según (Martínez, 2014) una ficha ocupacional es un documento que contiene la información necesaria de un determinado puesto de trabajo de una empresa. A continuación se detalla los datos que esta contiene:

- ✓ **Identificación del cargo:** Se menciona el nombre del puesto de trabajo, el área a la que este pertenece y el cargo que ocupa su jefe inmediato. Son datos básicos para identificar qué rol desempeñara el empleado dentro de la empresa.
- ✓ **Misión:** Es la función principal que el empleado debe desempeñar dentro de su puesto de trabajo; es decir, queda totalmente definido su puesto laboral. El empleado trabajará de forma eficaz y eficiente para lograr alcanzar los objetivos de la empresa y cumplir con su misión.
- ✓ **Funciones:** Es el conjunto de tareas o actividades de rutina que debe llevar a cabo el empleado en un determinado puesto de trabajo. Si el empleado no cumple con estas funciones puede ser despedido de su puesto de trabajo.
- ✓ **Requisitos:** Son condiciones que son necesarias para conseguir un determinado puesto de trabajo en una empresa. Cuando una persona no cumple con los requisitos, no está lista para ocupar ese puesto de trabajo. Entre los requisitos a cumplir para un puesto de trabajo tenemos:

1. Habilidades: Es la aptitud, talento o destreza que posee una persona para llevar a cabo determinadas actividades en un trabajo u oficio, es decir, hablamos de educación, experiencia, iniciativa e ingenio al momento de realizar tareas asignadas.

2. Esfuerzo: Son las acciones y reacciones que una persona puede realizar y aceptar dentro de su puesto de trabajo; hablamos de esfuerzos mentales y también de esfuerzos físicos.

3. Responsabilidades: Puede ser un sinónimo de obligación, es decir, cumplir con lo que nos encargan en el trabajo. Comprometerse con la empresa para actuar de forma correcta en todo momento y tomar las mejores decisiones.

4. Condiciones de trabajo: El ambiente laboral desempeña un importante rol en el cumplimiento de actividades dentro y fuera de una empresa; un ambiente de trabajo positivo y en las condiciones apropiadas ayuda al empleado a realizar sus tareas en forma correcta y eficiente.

3. OBJETIVOS

Objetivo General:

- ✓ Elaborar un manual de procesos, procedimientos y funciones para las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo.

Objetivos Específicos:

- ✓ Diseñar los procesos que debe seguir cada área funcional de la Cooperativa, mediante el uso de diagramas de flujo.
- ✓ Establecer las funciones que debe desempeñar cada empleado según su puesto de trabajo en la Cooperativa.
- ✓ Aligerar los tiempos en los procesos, procedimientos y funciones; para así mejorar la atención al cliente.

4. MISIÓN

Brindar en forma integral productos y servicios financieros de calidad, bajo principios de prudencia financiera y de riesgos, manteniendo la identidad y los valores culturales, buscando y promoviendo el sumak kawsay de nuestros socios y clientes, y protegiendo la pacha mama.

5. VISIÓN

Ser una Institución de reconocido prestigio, solvente, competitiva, líder y modelo en la prestación de productos y servicios financieros a nivel nacional, manteniendo y promoviendo la identidad y los valores culturales.

6. IMPORTANCIA

Un manual de procesos, procedimientos y funciones da a conocer a los empleados cuáles son las actividades que deben cumplir; pero conociendo cuáles son las políticas y objetivos que deben seguir. Además ayuda en la inducción de nuevo personal de trabajo de manera fácil y eficaz.

Por último diré que permite el ahorro de tiempo, dinero y esfuerzos puesto que ayuda a la integración de todo el personal de trabajo. Es además un instrumento útil para evaluadores y auditores de control interno.

Ayudará a todas las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo a brindar servicios de calidad en tiempo record.

7. VALORES EMPRESARIALES

1. Transparencia.- Implica confianza; y las relaciones humanas, incluidas las empresariales; se forjan con confianza.

2. Puntualidad.- El tiempo es dinero, y la gente cada vez valora más el suyo. No solo es importante tenerlo en cuenta para nuestro equipo y su hora de llegada a su trabajo, sino también en otras situaciones que afectan directamente al cliente.

3. Diferencia.- ¿Qué aportamos que no aporte nuestra competencia? La respuesta a esta pregunta será clave para que los clientes potenciales quieran comprarnos y para que haya personas con talento dispuestas a trabajar con nosotros.

4. Excelencia.- La calidad llevada al máximo, eso es la excelencia. Si nos exigimos lo mejor, podremos dar lo mejor.

5. Libertad.- Sobre todo hacia nuestro equipo. Las personas creativas son cada vez más valiosas para una empresa, pero exigen libertad de pensamiento y de creación de ideas.

6. Escuchar.- La escucha es un valor empresarial que implica libertad de expresión. Es muy importante que nuestro equipo y nuestros clientes sientan que les escuchamos y que tenemos en cuenta lo que nos dicen.

7. Responsabilidad.- Si demostramos ser responsables con la sociedad y el medio ambiente, haremos ver que no nos interesan únicamente los beneficios económicos.

8. Emocionalidad.- Las personas son diferentes de las máquinas en varios aspectos, y uno de los más importantes son sus emociones. Las personas sienten, y si integramos la emocionalidad como uno de nuestros valores empresariales conseguiremos hacerles sentir.

9. Pasión.- Este valor está directamente ligado al anterior, pero implica una mayor fuerza. Cuando alguien se muestra apasionado con su trabajo y con lo que hace, contagia esa pasión y esa energía a los demás.

10. Claridad.- A la hora de transmitir una idea, a la hora de cerrar un acuerdo, a la hora de explicar una serie de ventajas... Es vital ser claro, ya que a nadie le gusta no entender algo y tener la sensación de que quedan puntos sin tratar y sin aclarar.

11. Lealtad.- Si nos mostramos leales y fieles con nuestro equipo y nuestros clientes, ellos nos devolverán esa fidelidad.

8. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

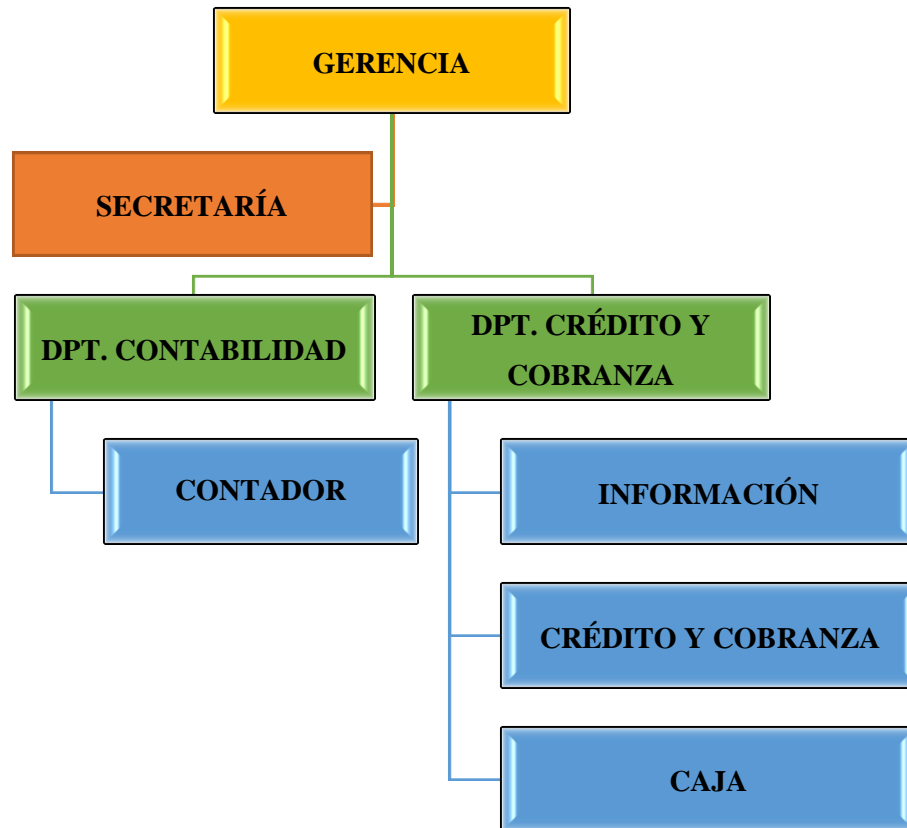


Gráfico 25: Organigrama Estructural de las Cooperativas de Pelileo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

9. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

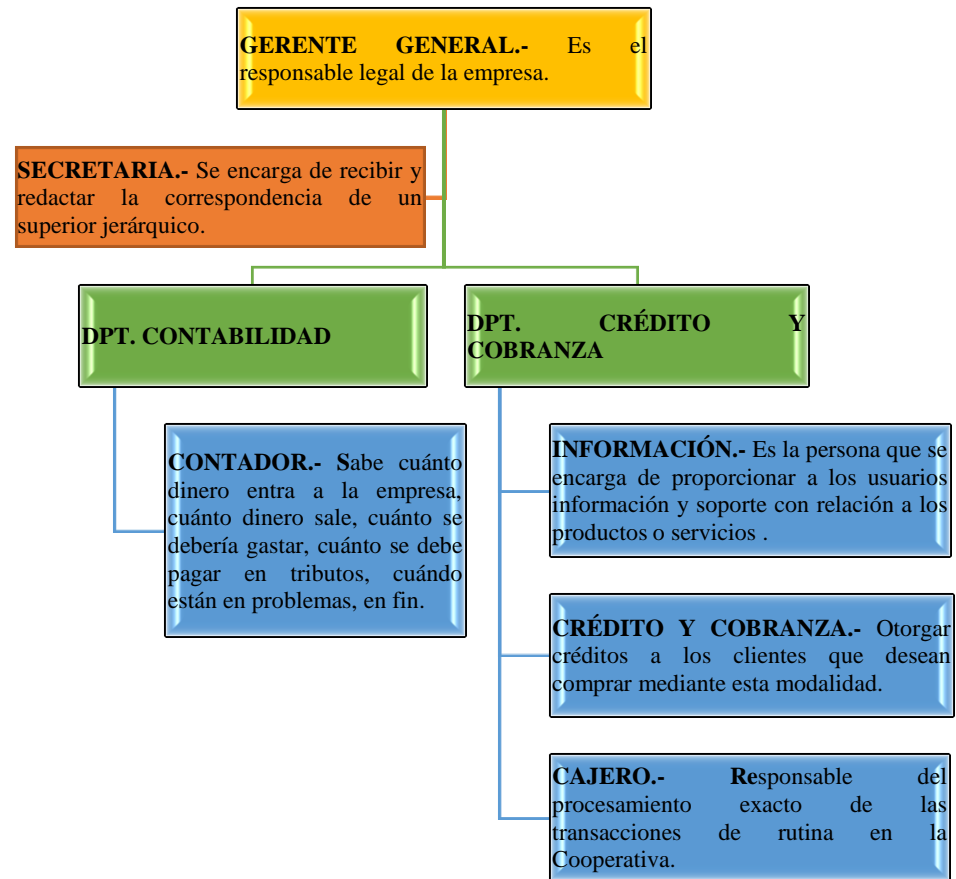


Gráfico 26: Organigrama Funcional de las Cooperativas de Pelileo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Martínez Tania

10. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

MANUAL DE FUNCIONES	
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo:	Gerente General
Área:	Administrativa
Jefe inmediato:	Asamblea de Socios
II. MISIÓN	
<ul style="list-style-type: none">✓ Planificar, organizar, dirigir, supervisar y controlar que todas las actividades administrativas y financieras de la Cooperativa se realicen eficientemente, buscando un uso adecuado de los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">✓ Representar judicial y extrajudicialmente a la Cooperativa.✓ Organizar los recursos disponibles de la Cooperativa, promulgando la eficiencia.✓ Cumplir y hacer cumplir toda la normativa que rige el sistema cooperativo.✓ Presentar los informes financieros y de administración a la Asamblea de Socios.✓ Nombrar, aceptar renunciaciones y cancelar a los empleados cuya asignación o remoción no corresponda a otros organismos de la Cooperativa.✓ Vigilar que se lleve correctamente la contabilidad.✓ Receptar y sancionar semanalmente los informes sobre los movimientos financieros de la Cooperativa.✓ Solicitar informes periódicos a las unidades administrativas puestas a su cargo.✓ Generar un ambiente de trabajo apropiado, con enfoque de efectividad.	
IV. REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none">✓ Profesional en Economía, Contabilidad o Administración.✓ Experiencia comprobada de al menos 5 años en el cargo al que aplica.	



MANUAL DE FUNCIONES

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Cargo:	Secretario/a
Área:	Administrativa
Jefe inmediato:	Gerente General

II. MISIÓN

- ✓ Manejar de forma adecuada la documentación e información de la Cooperativa en todo momento.

III. FUNCIONES

- ✓ Recibir a los usuarios que desean información directa de la Gerencia.
- ✓ Atender llamadas telefónicas.
- ✓ Tener la correspondencia al día.
- ✓ Certificar con su firma los documentos de la Cooperativa.
- ✓ Conservar ordenadamente el archivo; y, desempeñar otros deberes que le asigne la Gerencia, siempre que no violen disposiciones del Estatuto.
- ✓ Responsabilidad por el adecuado manejo y control de las actas e informes.

IV. REQUISITOS

- ✓ Título universitario en especialidad de Secretariado Ejecutivo en español.
- ✓ Experiencia de 6 meses en cargos similares.



MANUAL DE FUNCIONES

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Cargo:	Contador/a
Área:	Contabilidad
Jefe inmediato:	Gerente General

II. MISIÓN

- ✓ Planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades contables y tributarias de la Cooperativa, así como dar cumplimiento con las disposiciones emitidas por los Organismos de Control.

III. FUNCIONES

- ✓ Analiza, evalúa y recomienda los cambios que sean necesarios en el sistema de contabilidad de la Cooperativa, siempre que propendan a mejorar el mismo, cumpliendo con las Normas de Contabilidad de General Aceptados y las Normas Internacionales de Información Financiera.
- ✓ Efectuar constataciones de inventarios físicos en forma periódica o cuando se lo requiera, de todos los bienes de la Cooperativa, así como la existencia de materiales y equipos.
- ✓ Legaliza con su firma, la veracidad de los estados financieros para la Cooperativa.
- ✓ Prepara, revisa y cancela las declaraciones de pagos, por concepto de retención de impuestos a la renta y otras obligaciones tributarias vigentes.
- ✓ Revisa y aprueba en forma mensual las conciliaciones bancarias y anexos.
- ✓ Lleva y mantiene actualizada la contabilidad de la institución, sus registros, anexos y demás documentos de respaldo.
- ✓ Analiza los sistemas contables, estados financieros y presenta a Gerencia General de la Cooperativa para la toma de decisiones.
- ✓ Realiza periódicamente arquezos de Caja Chica.

IV. REQUISITOS

- ✓ Título de tercer nivel en Contabilidad Superior y Auditoría.
- ✓ Al menos cuatro años de experiencia en trabajos similares.



MANUAL DE FUNCIONES

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Cargo: Información al Cliente

Área: Crédito y Cobranza

Jefe inmediato: Gerente General

II. MISIÓN

- ✓ Responder eficientemente a las inquietudes de los socios de la Cooperativa, como también al público en general que se acerque a realizar preguntas referentes a los procesos cooperativistas.

III. FUNCIONES

- ✓ Brindar información oportuna de los requerimientos de los socios.
- ✓ Direccionar a los socios cuando las inquietudes no puedan ser resueltas por su persona.
- ✓ Informar al público en general sobre los beneficios y derechos que brinda la Cooperativa a sus socios.
- ✓ Receptar documentación en la apertura de cuenta de nuevos socios.
- ✓ Informar sobre los eventos próximos a realizarse por parte de la Cooperativa.

IV. REQUISITOS

- ✓ Egresado universitario.
- ✓ Experiencia no indispensable para el puesto.



MANUAL DE FUNCIONES

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Cargo:	Cobrador/a
Área:	Crédito y Cobranza
Jefe inmediato:	Gerente General

II. MISIÓN

- ✓ Asegurar el retorno de las colocaciones efectivas de la Cooperativa; a través de mecanismos de evaluación de la probidad y la capacidad de pago del cliente.

III. FUNCIONES

- ✓ Estudiar la capacidad de pago del socio solicitante, como la de su garante, en todos los préstamos financieros de la Cooperativa.
- ✓ Evidenciar el respaldo financiero, representado por el patrimonio individual del posible cliente.
- ✓ Conocer el nivel de cobertura y calidad de la garantía, misma que respaldará la recuperación del crédito.
- ✓ Analizar la situación económica y de negocios, así como el de las circunstancias especiales que pudieran afectar al solicitante o a la empresa.
- ✓ Efectuar el análisis financiero de la información económica del solicitante de crédito.
- ✓ Emplear los mecanismos dispuestos en la ley y en la reglamentación interna para la recuperación de cartera.
- ✓ Informar semanalmente a la Gerencia sobre los movimientos financieros de la Cooperativa.
- ✓ Efectuar las provisiones necesarias para las cuentas incobrables.

IV. REQUISITOS

- ✓ Profesional de tercer nivel en áreas de Administración, Contabilidad o Finanzas.
- ✓ Al menos un año de experiencias similares al cargo.



MANUAL DE FUNCIONES

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Cargo:	Cajero/a
Área:	Crédito y Cobranza
Jefe inmediato:	Gerente General

II. MISIÓN

- ✓ Recibir y entregar dinero; revisar que los comprobantes de depósito, retiro y documentos de identificación sean correctos, tanto en la numeración, nombre, fecha, firmas y cantidades.


III. FUNCIONES

- ✓ Atiende al público que solicita los servicios de ingresos o egresos de dinero en las libretas de ahorro.
- ✓ Recibe, cuenta y verifica su autenticidad de los dólares, cheques, firmas y número de cédula.
- ✓ Revisa y verifica en el sistema automatizado que existan fondos en los trámites de retiros.
- ✓ Realiza trabajos de anotación, registro y entrega de los valores y documentos recibidos o pagados.
- ✓ Elabora el cuadro diario de caja, cotejando el reporte u hoja de colecta emitido por el sistema y los respaldos que mantiene en comprobantes y papeletas de depósito, retiro, pago, valor en efectivo y entrega al departamento de Contabilidad.

IV. REQUISITOS

- ✓ Egresado o graduado en áreas de Administración y Contabilidad.
- ✓ Experiencia de 6 meses en cargos similares al requerido.

11. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

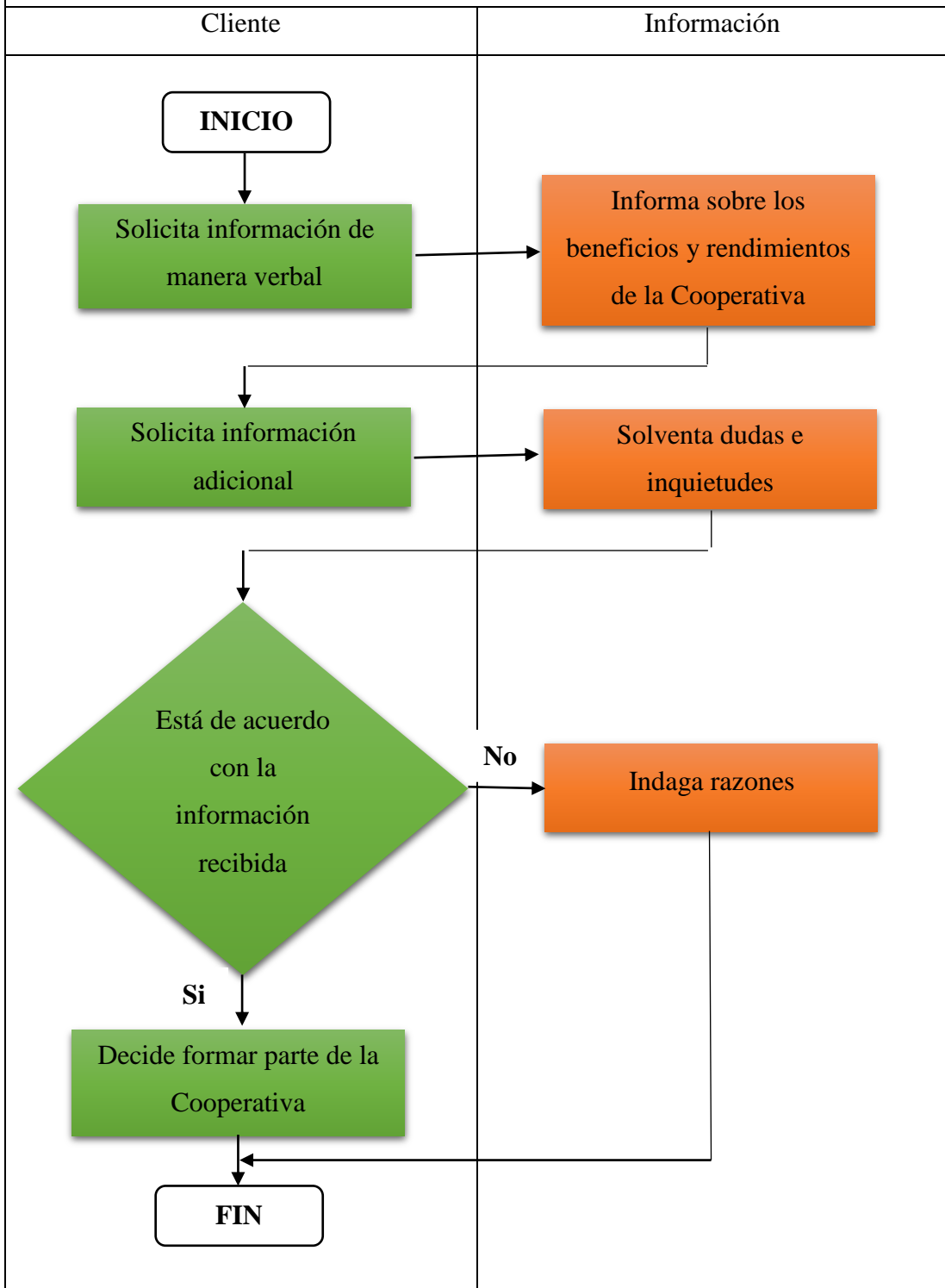
	<p style="text-align: center;">MANUAL DE PROCESOS</p> <p style="text-align: center;">COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO</p>
<p>PROCESO: Información al cliente</p>	
<p>INVOLUCRADOS: Cliente - Información</p>	
<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ El cliente solicita información de manera verbal sobre créditos y servicios.✓ El responsable en el área de información al cliente se encarga de informar sobre los beneficios y rendimientos de la Cooperativa.✓ El cliente solicita información adicional sobre las dudas e inquietudes que puede tener.✓ El encargado de información solventa dichas dudas e inquietudes.✓ Si el cliente está de acuerdo con la información recibida decide formar parte de la Cooperativa.✓ Si el cliente no quiere formar parte de la Cooperativa, el encargado de información indaga las razones.	



MANUAL DE PROCESOS

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

1. Información al cliente





MANUAL DE PROCESOS

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

PROCESO: Apertura de una cuenta

INVOLUCRADOS: Cliente – Crédito y Cobranza – Caja - Contabilidad

ACTIVIDADES:

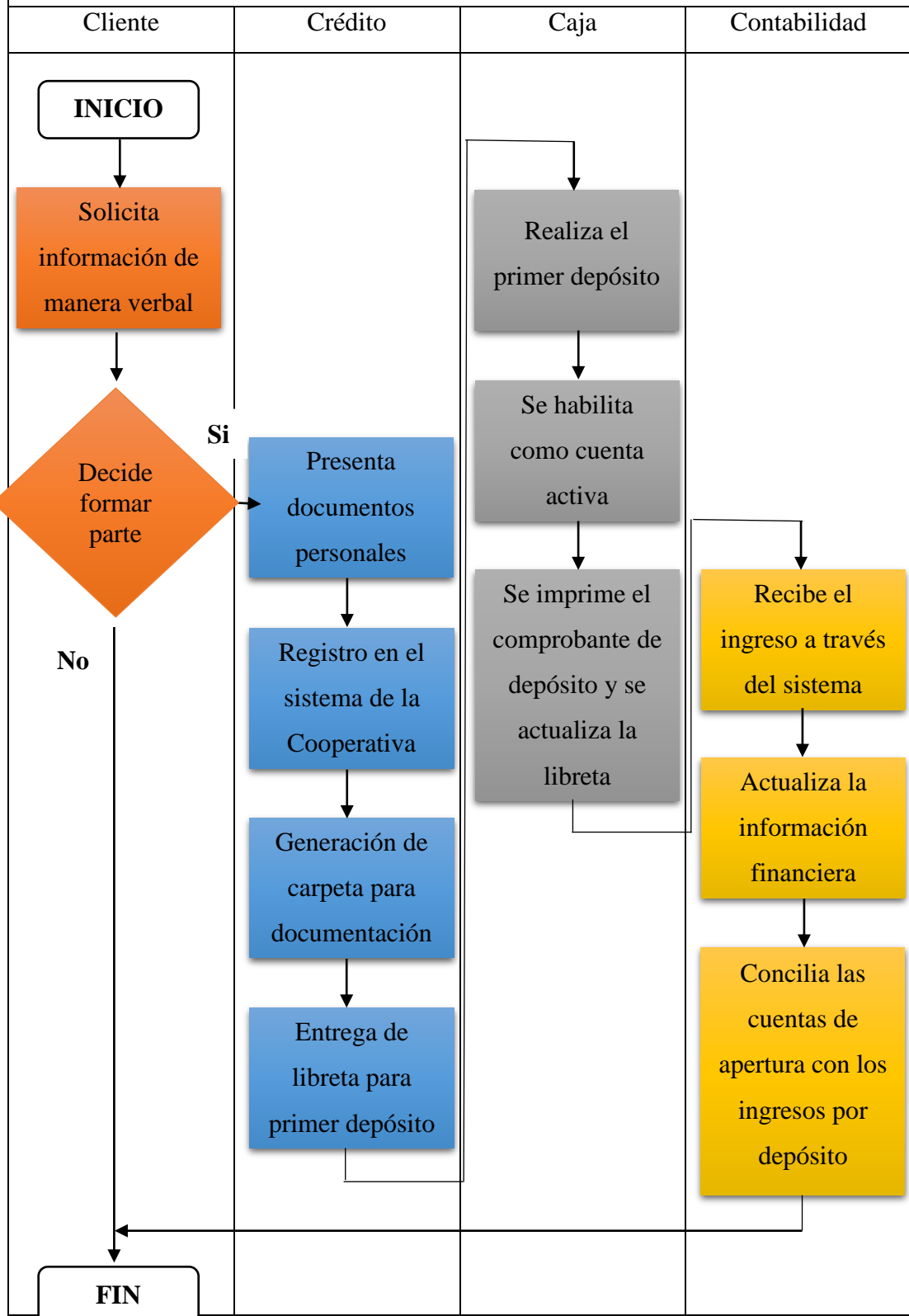
- ✓ El cliente solicita información de manera verbal.
- ✓ El cliente decide ser socio de la Cooperativa.
- ✓ Presenta documentos personales en el área de crédito y cobranza.
- ✓ Se registra en el sistema de la Cooperativa.
- ✓ Se genera una carpeta para sus documentos.
- ✓ Se entrega la libreta de ahorros para el primer depósito.
- ✓ En el área de caja se realiza el depósito.
- ✓ Se habilita como una cuenta activa.
- ✓ Se imprime el comprobante de depósito y se actualiza la libreta de ahorros.
- ✓ En el área de contabilidad se recibe el ingreso a través del sistema.
- ✓ Se actualiza la información financiera.
- ✓ Se concilia las cuentas de apertura con los ingresos por depósito.



MANUAL DE PROCESOS

**COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO
INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO**

2. Apertura de una cuenta





MANUAL DE PROCESOS

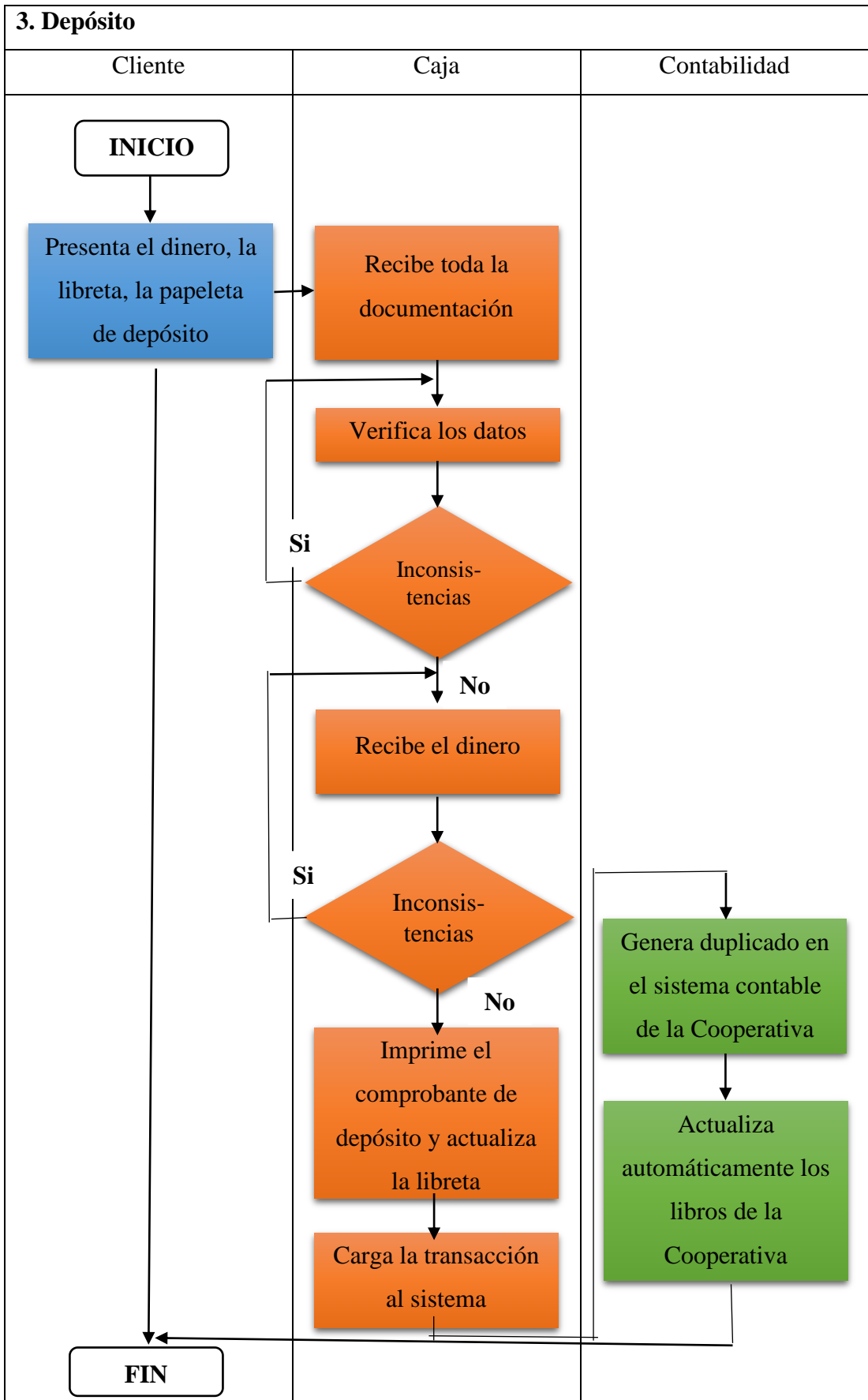
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

PROCESO: Depósito

INVOLUCRADOS: Cliente – Caja - Contabilidad

ACTIVIDADES:

- ✓ El cliente presenta el dinero, la papeleta de depósito, la libreta de ahorros.
- ✓ En caja reciben estos documentos para realizar la transacción.
- ✓ Verifican los datos en el sistema.
- ✓ Si existen inconsistencias se realizan cambios y se procede a una nueva verificación.
- ✓ Si no existen inconsistencias se procede a realizar la transacción.
- ✓ En caja se recibe el dinero.
- ✓ Se verifica el valor manualmente, si el valor físico no coincide con el valor a depositar se informa al cliente y se procede a una nueva revisión.
- ✓ Si el valor a depositar esta correcto se imprime el comprobante de depósito y se actualiza la libreta de ahorros.
- ✓ La transacción de depósito se carga al sistema de la Cooperativa.
- ✓ En contabilidad se genera un duplicado en el sistema contable de la Cooperativa.
- ✓ Se actualizan automáticamente los libros de la Cooperativa.





MANUAL DE PROCESOS

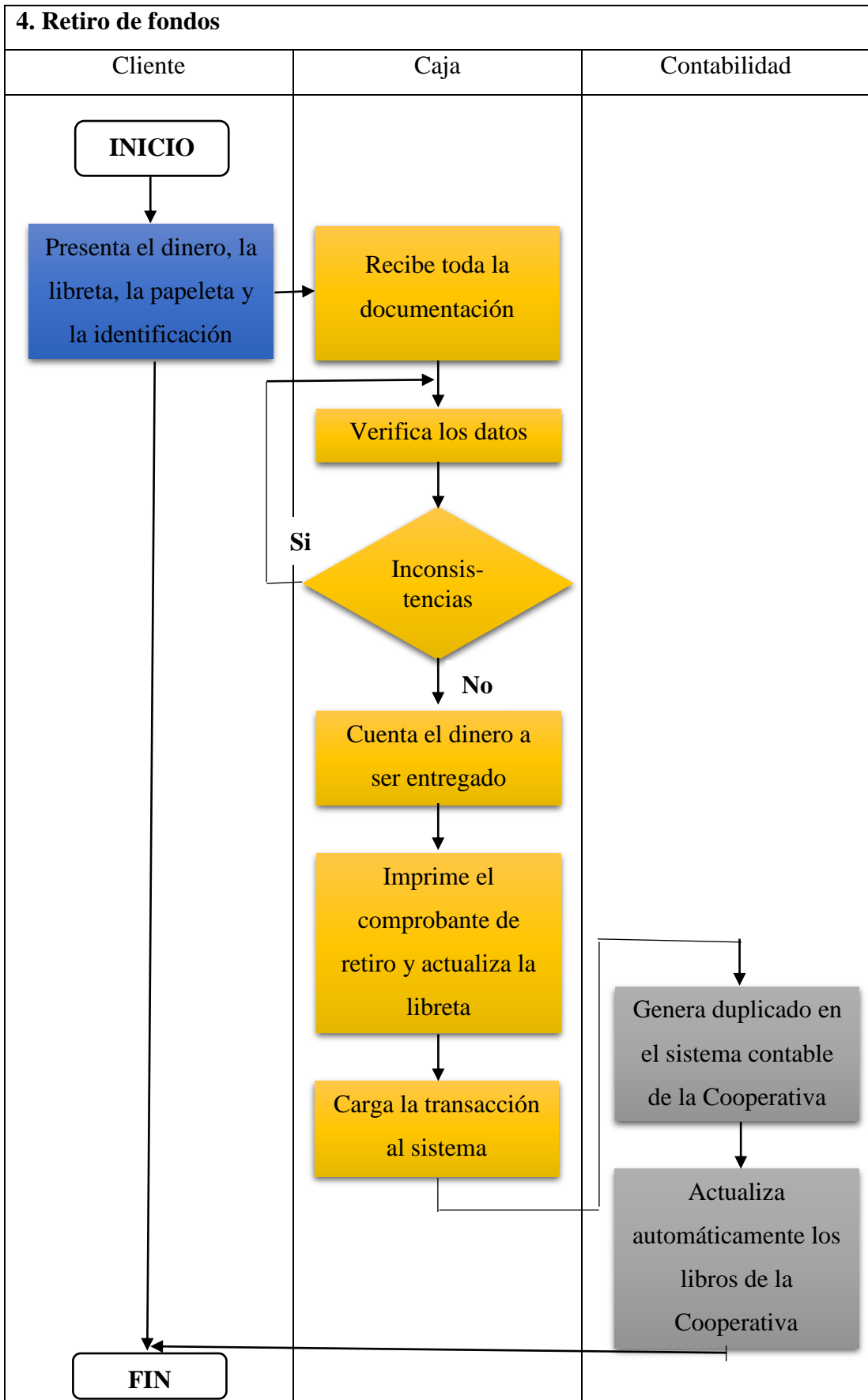
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

PROCESO: Retiro de fondos

INVOLUCRADOS: Cliente – Caja - Contabilidad

ACTIVIDADES:

- ✓ El cliente presenta el dinero, la papeleta de retiro, la libreta de ahorros y la identificación.
- ✓ En caja reciben estos documentos para realizar la transacción.
- ✓ Verifican los datos en el sistema.
- ✓ Si existen inconsistencias se realizan cambios y se procede a una nueva verificación.
- ✓ Si no existen inconsistencias se procede a realizar la transacción.
- ✓ En caja se cuenta el dinero a ser entregado.
- ✓ Se imprime el comprobante de retiro y se actualiza la libreta de ahorros.
- ✓ Si no hay novedades el cliente recibe su dinero y procede a verificarlo manualmente.
- ✓ La transacción de retiro se carga al sistema de la Cooperativa.
- ✓ En contabilidad se genera un duplicado en el sistema contable de la Cooperativa.
- ✓ Se actualizan automáticamente los libros de la Cooperativa.





MANUAL DE PROCESOS

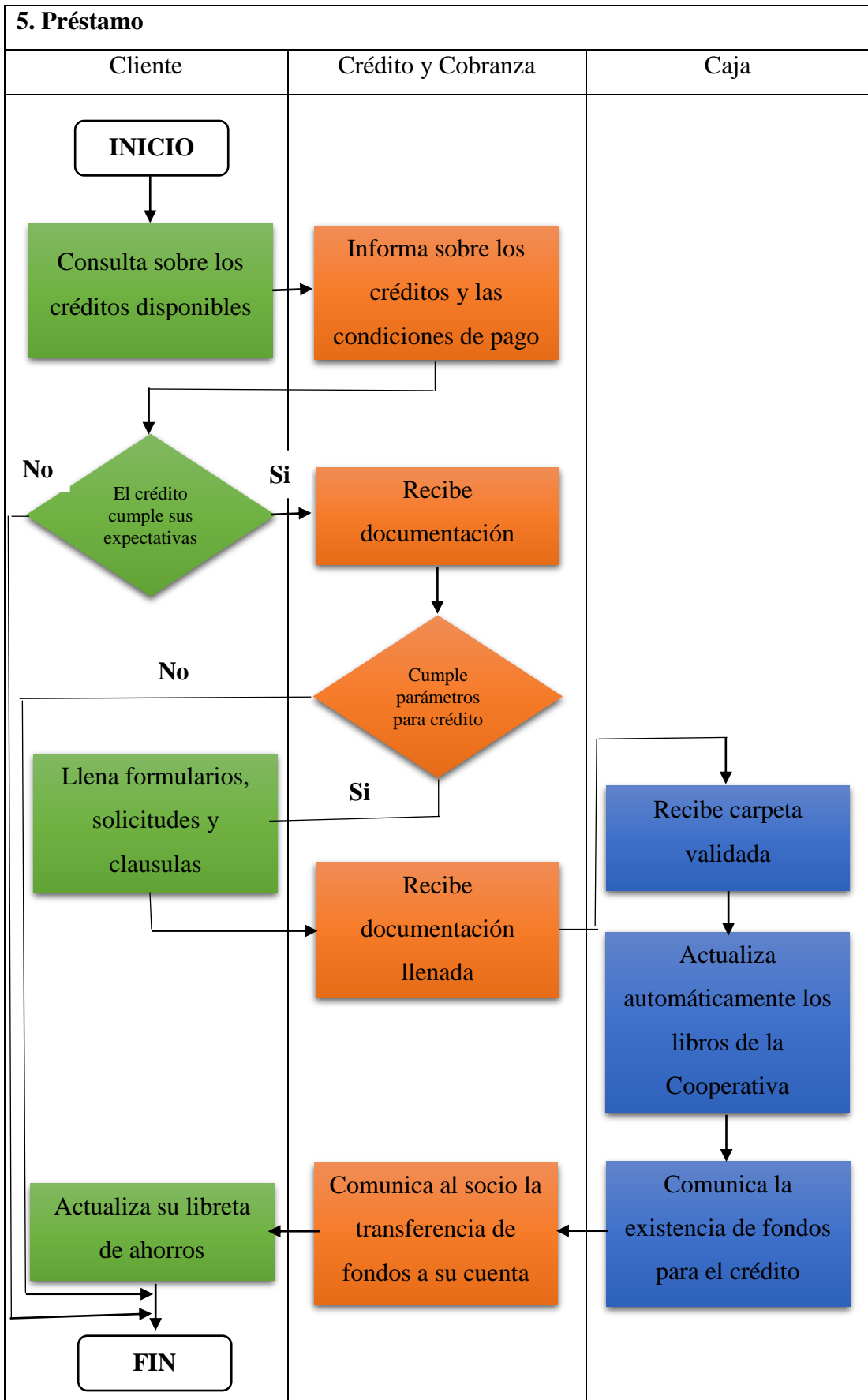
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

PROCESO: Préstamo

INVOLUCRADOS: Cliente – Crédito y Cobranza - Caja

ACTIVIDADES:

- ✓ El cliente consulta sobre los créditos disponibles en sus condiciones económicas.
- ✓ El encargado de crédito informa sobre los créditos y las condiciones de pago.
- ✓ Si la información cumple con las expectativas del cliente, este entrega la documentación necesaria para acceder al crédito.
- ✓ El encargado de crédito analiza si el cliente cumple con los parámetros para ser sujeto de crédito.
- ✓ Si el cliente cumple los requerimientos, el cliente llena formularios, solicitudes de crédito y cláusulas del contrato de préstamo.
- ✓ El encargado de crédito receipta la carpeta con toda la información.
- ✓ En caja receiptan la carpeta validada por el encargado de crédito.
- ✓ Proceden a actualizar automáticamente los libros de la Cooperativa.
- ✓ Comunican la existencia de fondos para el crédito y realizan la transferencia correspondiente al valor de crédito.
- ✓ El encargado de crédito comunica al socio la realización de la transferencia de fondos a su cuenta.
- ✓ El cliente actualiza su libreta de ahorros.





MANUAL DE PROCESOS

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO

PROCESO: Pago de préstamo

INVOLUCRADOS: Caja - Cliente

ACTIVIDADES:

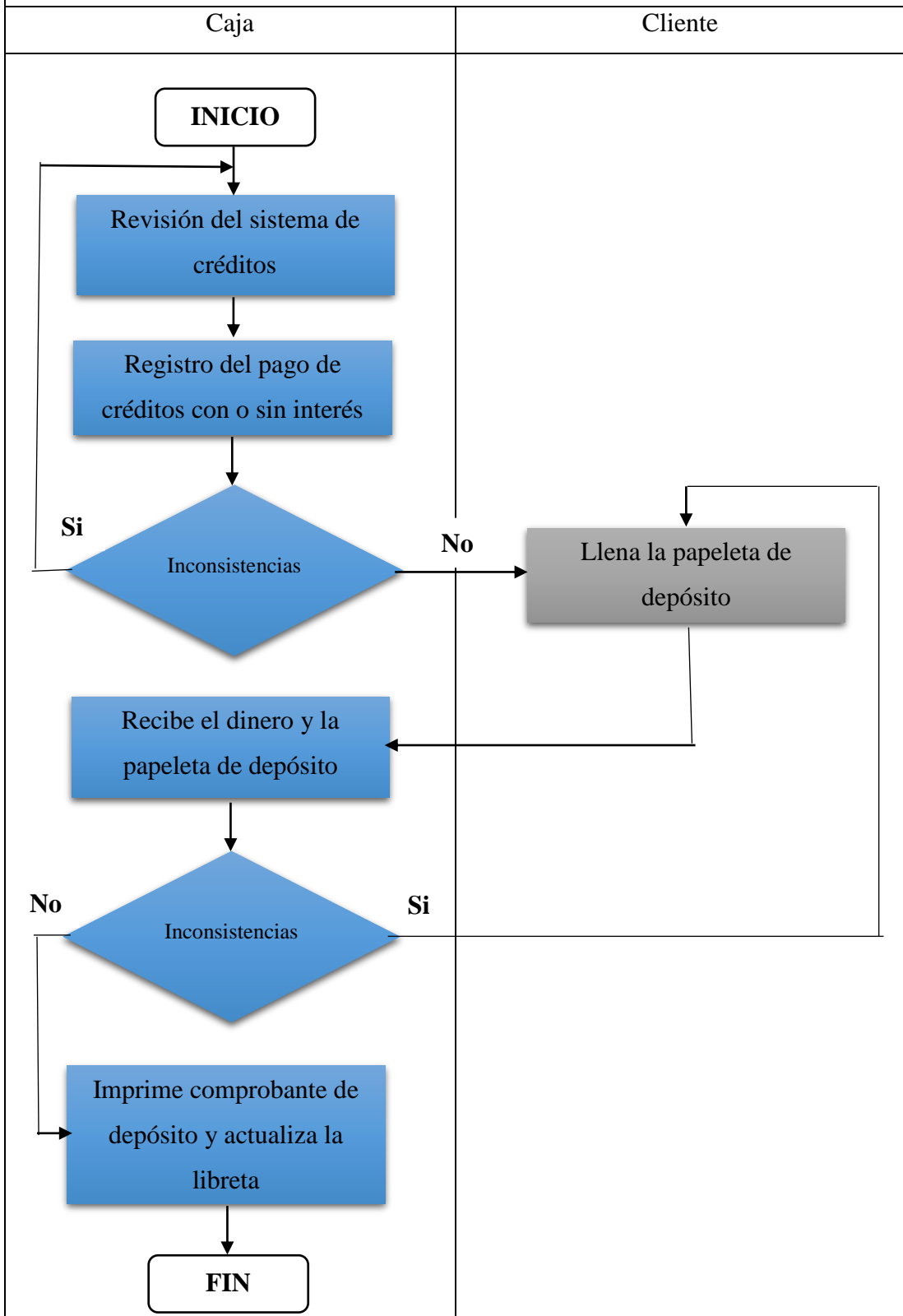
- ✓ En caja se recibe la información contable del sistema de créditos.
- ✓ Se procede al registro de pago de crédito, con cargos adicionales de ser el caso.
- ✓ Se verifican los datos y la carpeta del cliente.
- ✓ Si existen inconsistencias se procede a realizar modificaciones y una nueva revisión.
- ✓ Si no existen novedades el cliente llena su papeleta de depósito.
- ✓ El cliente deposita el valor de la cuota, detallado en la tabla de amortización.
- ✓ En caja se recibe el dinero y se verifican los datos de la papeleta.
- ✓ En caso de existir inconsistencias se procede a llenar una nueva papeleta.
- ✓ Si los datos están correctos se imprime el comprobante de depósito y se actualiza la libreta de ahorros.



MANUAL DE PROCESOS

**COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO
INDÍGENAS DEL CANTÓN PELILEO**

6. Pago de préstamo



12. VALIDACIÓN

Para que tenga validez y cumpla de la mejor manera con su objetivo, el presente Manual de Procesos, Procedimientos y Funciones requiere de revisiones periódicas para su actualización, ya que el propósito a corto plazo es enfocarlo como documento de calidad.

Sus modificaciones deben ser sugeridas a la Gerencia, para su análisis, modificación, presentación a la instancia correspondiente, aprobación e implementación.

7. CONCLUSIONES

- ✚ La fundamentación teórica del Modelo Servqual y la calidad en el servicio me sirvió de apoyo para la adecuada selección de los métodos, técnicas e instrumentos en el diseño de esta investigación.
- ✚ En nuestro país, son pocas las empresas que realizan el estudio de la calidad del servicio, es por eso que se realizó esta investigación. También porque la calidad es como un requisito necesario en toda empresa para su correcto funcionamiento.
- ✚ Utilizando la herramienta del Modelo Servqual pude realizar una investigación a fondo de la calidad en los servicios en las Cooperativas de Pelileo; analizando las expectativas y las percepciones de los usuarios, a través de las cinco dimensiones.
- ✚ Se dedujo que las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo no tenían bien definidos sus funciones y procesos; lo cual ocasionaba molestias en los clientes, por el tiempo que les tomaba recibir un determinado servicio.
- ✚ El usuario en la mayoría de las Cooperativas se sentía totalmente en confianza y podía realizar cualquier trámite que necesite; ya que esta con el horario de trabajo adecuado y su desempeño diario supo ganarse su fidelidad para el largo plazo.
- ✚ Otro problema de estas Cooperativas es la falta de publicidad que tienen tanto dentro de sus instalaciones como fuera; era necesario entregar volantes, trípticos y demás, o quizá cuñas publicitarias en radio y televisión.

8. RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda seguir cada proceso en el orden indicado en el manual de procesos y procedimientos, para que de esta manera el personal sepa cuáles son los pasos que debe cumplir al momento de brindar un servicio de calidad al usuario, y no se demore mucho tiempo en dar el servicio.

- ✚ Si cada empleado tiene claras sus funciones dentro de la institución no realizará tareas que no le correspondan o quizá dificultará el trabajo de los demás. Es por ello que con el manual de funciones podrá constatar sus actividades de trabajo y brindar servicios de calidad a los usuarios.

- ✚ Capacitar al personal en todo momento también es necesario, ya que siempre hay algo nuevo que ellos deben aprender; puesto que las necesidades de los usuarios siempre serán cambiantes nunca serán las mismas.

- ✚ Por último se puede ver que no son necesarios elementos tangibles para brindar servicios de calidad a los usuarios en todo momento; es solamente necesario un personal dispuesto a realizar correctamente sus funciones, a entregar todo de sí mismo sin esperar recibir nada a cambio, y finalmente a brindar servicios únicos y diferenciados.

9. BIBLIOGRAFÍA

1. Águeda, E. (2014). *Investigación de Mercados*. Madrid: ESIC.
2. Alayon, C. (2017). *Propuesta de un plan de mercadeo relacional basado en calidad de servicio*. Alemania: GRIN.
3. Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Patria.
4. Belz, F. (2013). *Marketing de sostenibilidad*. España: Profit.
5. Binimellis, C. (2013). *Aplicación del Modelo Servqual para la evaluación de la calidad de servicios en una empresa de transporte interurbano de pasajeros*. Chile: Universidad de Concepción.
6. Cáceres, J. (2014). *Consumo inteligente: Todo lo que debes saber para comprar mejor y gastar menos*. España: SER.
7. Caro, A. (2013). *Servicio y atención al cliente en Restaurantes*. España: IC.
8. Cuatrecasas, L. (2013). *Gestión de la Calidad Total*. Madrid: Díaz de Santos.
9. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-finander-4942>
10. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-wuamanloma-ltda-2160>
11. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-mushuc-runa-ltda-966>

12. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-dorado-ltda-733>
13. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-kullki-wasi-ltda-565>
14. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-islas-encantadas-4961>
15. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-rhumy-wara-4928>
16. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-indigenas-galapagos-ltda-278>
17. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/en-us/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-indigena-sac-pelileo-ltda-2157>
18. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-prodvision-5006>
19. Dateas. (Viernes de Diciembre de 2017). *Dateas*. Obtenido de <https://www.dateas.com/es/explore/organizaciones-ecuador/cooperativa-de-ahorro-y-credito-ambato-ltda-83>

20. Díaz, A. (2014). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: Díaz de Santos.
21. Dorado, C. E. (Miércoles de Junio de 2013). *Cooperativa El Dorado*.
Obtenido de <http://cooperativadorado.blogspot.com/>
22. Dueñas, J. (2015). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. España: IC.
23. Durán, J. (2013). *Certificación y Modelos de Calidad en Hostelería y Restauración*. Madrid: Díaz de Santos.
24. Escudero, M. (2014). *Proceso de venta*. España: Paraninfo.
25. Escudero, M. (2015). *Servicios de atención comercial*. España: EDITEX.
26. Escudero, M. (2016). *Técnicas de venta y negociación*. España: Paraninfo.
27. Escudero, M. (2017). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid: Paraninfo.
28. Gabriel, A. (2003).
29. Gago, M. (2016). *Técnicas de información y atención al cliente, consumidor o usuario*. Madrid: CEP.
30. Garzón, J. (2010).
31. Gómez, A. (2016). *Guía de elaboración de un manual de calidad*. España: Create Space.
32. González, M. (2012). *Estadística Aplicada: Una visión instrumental*. Madrid: Díaz de Santos.
33. Grande, I. (2014). *Marketing de los Servicios*. Madrid: ESIC.
34. Guerra, R. (2015). *Manual de procesos de un hotel*. Venezuela: Create Space.
35. Gutiérrez, C. (2017). *Manual de procesos de familia*. España: Panorama.
36. Haro, G. (2017).

37. Hochsmann, F. (2014). *Servicio de calidad desde el punto de vista del huésped y del comensal*. Alemania: Norderstedt.
38. Ibarra, L. (2015). *Los Modelos ServPerf y Servqual: Una herramienta para medir la calidad en el servicio*. España: EAE.
39. INEC. (2014). *INEC*. Ecuador: INEC.
40. Jaurigoity, S. (2014). *¿Dios existe? No importa*. Buenos Aires: DUNKEN.
41. López, M. (2014). *Mejora de la calidad asistencial mediante la telemedicina y teleasistencia*. Madrid: Díaz de Santos.
42. Martín, M. (2016). *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios*. Madrid: ESIC.
43. Martínez, A. (2014). *Gestión por procesos de negocio*. España: Ecobook.
44. Mollá, A. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: UOC.
45. Ongallo, C. (2013). *La atención al cliente y el servicio posventa*. Madrid: Díaz de Santos.
46. Rabinovich, D. (2014). *El concepto de objeto en la teoría psicoanalítica*. Buenos Aires: Manantial.
47. Sánchez, J. (2017). *Cómo pasar de un servicio regular a un servicio de calidad en un restaurante*. España: Bebookness.
48. Sangri, A. (2014). *Introducción a la Mercadotécnica*. México: Patria.
49. SEPS. (2016). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Ecuador: SEPS.
50. Smith, A. (2016). *La pirámide de Maslow*. España: 50 Minutos.
51. Valencia, E. (2015). Guayaquil.
52. Vargas, M. (2014). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*. La Sabana.

53. Vargas, M. (2015). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*. Bogotá: ECOE.
54. Vásquez, A. (2015).

10. ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS



La presente encuesta está dirigida a los usuarios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito Indígenas del Cantón Pelileo.

Indicaciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque con una x la opción que usted crea conveniente.

Investigadora: Tania Martínez.

1. Género

Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

2. Estado civil

Soltero/a	<input type="checkbox"/>
Casado/a	<input type="checkbox"/>
Unión Libre	<input type="checkbox"/>
Divorciado/a	<input type="checkbox"/>
Viudo/a	<input type="checkbox"/>

3. Nivel de educación

Educación Básica	<input type="checkbox"/>
Bachillerato	<input type="checkbox"/>
Técnico Superior	<input type="checkbox"/>
Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>
Postgrado	<input type="checkbox"/>

4. Edad

18-28	<input type="checkbox"/>
29-38	<input type="checkbox"/>
39-48	<input type="checkbox"/>
49-58	<input type="checkbox"/>
59- En adelante	<input type="checkbox"/>

5. ¿La institución tiene una infraestructura amplia y cómoda?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Parcialmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
Parcialmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

6. ¿La institución tiene equipos de cómputo útiles y actuales?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Parcialmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Indeciso	<input type="checkbox"/>
Parcialmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

7. ¿Los empleados de la institución tienen una apariencia acorde a su puesto de trabajo?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

8. ¿Califique el horario de atención de la institución?

Muy bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>
Muy deficiente	<input type="checkbox"/>

9. ¿La institución posee un buzón de quejas y sugerencias, para qué usted comunique cómo fue atendido?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuando los empleados de la institución prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen?

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Casi nunca	
Nunca	

14. ¿Con qué frecuencia la institución le entrega elementos como folletos, trípticos, volantes, etc.?

Constantemente	
A menudo	
Frecuentemente	
Rara vez	
Nunca	

11. ¿Cuando usted tiene un problema la institución muestra un sincero interés en solucionarlo?

Totalmente de acuerdo	
Parcialmente de acuerdo	
Indeciso	
Parcialmente en desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

15. ¿Los empleados de la institución le ofrecen un servicio rápido y de calidad?

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Muy en desacuerdo	

12. ¿Los empleados de la institución tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas e inquietudes?

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Casi nunca	
Nunca	

16. ¿Los empleados de la institución están demasiado ocupados al momento de atenderle?

Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Casi nunca	
Nunca	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

13. ¿El comportamiento de los empleados le genera confianza y hace que usted se sienta seguro al realizar sus trámites?

Totalmente de acuerdo	
Parcialmente de acuerdo	
Indeciso	
Parcialmente en desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Cuestionario dirigido a Docentes Expertos en Proyectos de Titulación, Modalidad Proyecto de Investigación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.		✓		
Claridad en la redacción de los ítems.		✓		
Pertinencia de la variable con los indicadores.		✓		
Relevancia del contenido.		✓		
Factibilidad de la aplicación.		✓		

Observaciones:

.....

.....

.....

.....

VALIDACIÓN	
Validado por:	Jorge Jarama
Profesión:	Ingeniero
Lugar de trabajo:	UPEL
Cargo que desempeña:	Asesor
Lugar y fecha de validación:	24/01/2013
Firma:	

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Cuestionario dirigido a Docentes Expertos en Proyectos de Titulación, Modalidad Proyecto de Investigación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.		✓		
Claridad en la redacción de los ítems.		✓		
Pertinencia de la variable con los indicadores.		✓		
Relevancia del contenido.		✓		
Factibilidad de la aplicación.		✓		

Observaciones:

..... *Ninguna observación solo indicaciones*

.....

.....

.....

VALIDACIÓN	
Validado por:	<i>Selma Lucilla Galindo</i>
Profesión:	<i>Ing. Impresora</i>
Lugar de trabajo:	<i>UTA / PCABM</i>
Cargo que desempeña:	<i>Docente</i>
Lugar y fecha de validación:	<i>Ambato, Enero 10/2013</i>
Firma:	<i>[Firma manuscrita]</i>

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Cuestionario dirigido a Docentes Expertos en Proyectos de Titulación, Modalidad Proyecto de Investigación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	/			
Claridad en la redacción de los ítems.	/			
Presencia de la variable con los indicadores.	/			
Relevancia del contenido.	/			
Facilidad de la aplicación.	/			

Observaciones

COORDINADOR ALIADO II POR SERVICIOS AL CLIENTE

VALIDACIÓN	
Validado por:	ING. ROBIN CORTES L.
Profesión:	ING. EN ALIADO
Lugar de trabajo:	FCOOP
Cargo que desempeña:	DOCENTE DE CURSOS
Lugar y fecha de validación:	30/01/11
Firma:	

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Cuestionario dirigido a Docentes Expertos en Proyectos de Titulación, Modalidad Proyecto de Investigación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	RÉGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	/			
Claridad en la redacción de los ítems.	/			
Pertinencia de la variable con los ítems.		/		
Relevancia del contenido.		/		
Factibilidad de la aplicación.	/			

Observaciones:

Responda epígrafe de respuesta

.....

.....

.....

VALIDACIÓN

Validado por:	<i>Lozano (asesor Educativo) López</i>
Profesión:	<i>Trabajador Social</i>
Lugar de trabajo:	<i>Universidad Técnica de Ambato</i>
Cargo que desempeña:	<i>Profesor Titular</i>
Lugar y fecha de validación:	<i>Ambato, enero 30/2017</i>
Firma:	

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

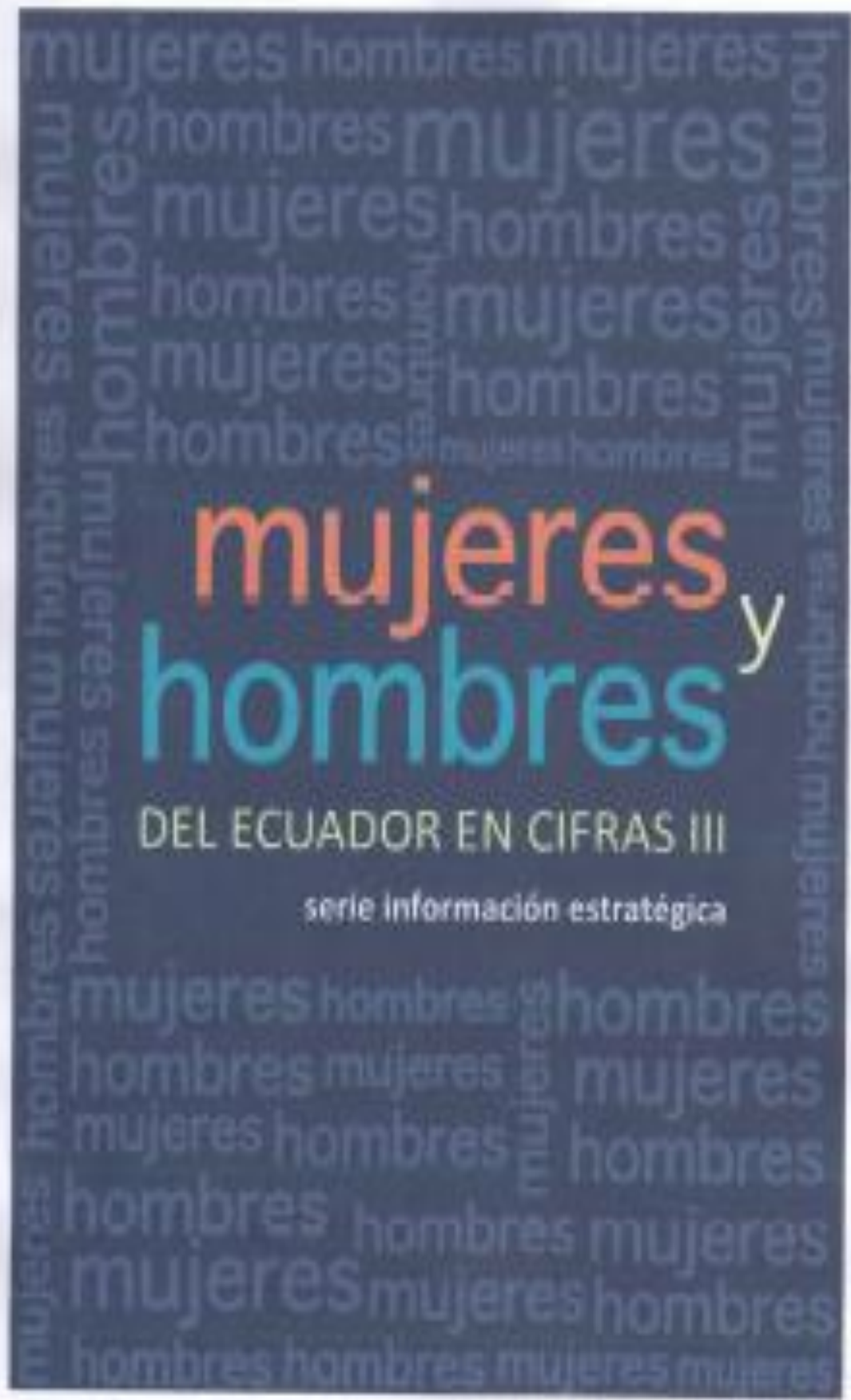
Cuestionario dirigido a Docentes Expertos en Proyectos de Titulación, Modalidad Proyecto de Investigación

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento			X	
Claridad en la redacción de los ítems		X		
Pertinencia de la variable con los indicadores		X		
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de la aplicación		X		

Observaciones:

Revisar las aplicaciones / Ejemplares según rubrica de punto de referencia / verificar los estándares de aplicación

VALIDACIÓN	
Validado por:	206 cecilia garza 2020
Profesión:	Doc. General
Lugar de trabajo:	UTN
Cargo que desempeña:	Docente
Lugar y fecha de validación:	Amato 20/02/19
Firma:	



mujeres y hombres

DEL ECUADOR EN CIFRAS III

serie información estratégica

Alfabeto y Números del Ecuador en cifras II

• ADICCIÓN

Sumando	Adicionando	Suma	Sumando	Adicionando	Suma	Sumando	Adicionando	Suma	Sumando	Adicionando	Suma
01 + 01	01	02	01 + 01	02	02	01 + 02	03	03	01 + 03	04	04
01 + 02	03	03	01 + 02	04	05	01 + 03	04	05	01 + 04	05	05
01 + 03	04	05	01 + 03	05	06	01 + 04	05	06	01 + 05	06	06
01 + 04	05	06	01 + 04	06	07	01 + 05	06	07	01 + 06	07	07
01 + 05	06	07	01 + 05	07	08	01 + 06	07	08	01 + 07	08	08
01 + 06	07	08	01 + 06	08	09	01 + 07	08	09	01 + 08	09	09
01 + 07	08	09	01 + 07	09	10	01 + 08	09	10	01 + 09	10	10
01 + 08	09	10	01 + 08	10	11	01 + 09	10	11	01 + 10	11	11
01 + 09	10	11	01 + 09	11	12	01 + 10	11	12	01 + 11	12	12
01 + 10	11	12	01 + 10	12	13	01 + 11	12	13	01 + 12	13	13
02 + 01	03	03	02 + 01	04	05	02 + 02	04	04	02 + 03	05	05
02 + 02	04	04	02 + 02	05	06	02 + 03	05	06	02 + 04	06	06
02 + 03	05	05	02 + 03	06	07	02 + 04	06	07	02 + 05	07	07
02 + 04	06	06	02 + 04	07	08	02 + 05	07	08	02 + 06	08	08
02 + 05	07	07	02 + 05	08	09	02 + 06	08	09	02 + 07	09	09
02 + 06	08	08	02 + 06	09	10	02 + 07	09	10	02 + 08	10	10
02 + 07	09	09	02 + 07	10	11	02 + 08	10	11	02 + 09	11	11
02 + 08	10	10	02 + 08	11	12	02 + 09	11	12	02 + 10	12	12
02 + 09	11	11	02 + 09	12	13	02 + 10	12	13	02 + 11	13	13
02 + 10	12	12	02 + 10	13	14	02 + 11	13	14	02 + 12	14	14
03 + 01	04	04	03 + 01	05	06	03 + 02	05	06	03 + 03	06	06
03 + 02	05	05	03 + 02	06	07	03 + 03	06	07	03 + 04	07	07
03 + 03	06	06	03 + 03	07	08	03 + 04	07	08	03 + 05	08	08
03 + 04	07	07	03 + 04	08	09	03 + 05	08	09	03 + 06	09	09
03 + 05	08	08	03 + 05	09	10	03 + 06	09	10	03 + 07	10	10
03 + 06	09	09	03 + 06	10	11	03 + 07	10	11	03 + 08	11	11
03 + 07	10	10	03 + 07	11	12	03 + 08	11	12	03 + 09	12	12
03 + 08	11	11	03 + 08	12	13	03 + 09	12	13	03 + 10	13	13
03 + 09	12	12	03 + 09	13	14	03 + 10	13	14	03 + 11	14	14
03 + 10	13	13	03 + 10	14	15	03 + 11	14	15	03 + 12	15	15
04 + 01	05	05	04 + 01	06	07	04 + 02	06	07	04 + 03	07	07
04 + 02	06	06	04 + 02	07	08	04 + 03	07	08	04 + 04	08	08
04 + 03	07	07	04 + 03	08	09	04 + 04	08	09	04 + 05	09	09
04 + 04	08	08	04 + 04	09	10	04 + 05	09	10	04 + 06	10	10
04 + 05	09	09	04 + 05	10	11	04 + 06	10	11	04 + 07	11	11
04 + 06	10	10	04 + 06	11	12	04 + 07	11	12	04 + 08	12	12
04 + 07	11	11	04 + 07	12	13	04 + 08	12	13	04 + 09	13	13
04 + 08	12	12	04 + 08	13	14	04 + 09	13	14	04 + 10	14	14
04 + 09	13	13	04 + 09	14	15	04 + 10	14	15	04 + 11	15	15
04 + 10	14	14	04 + 10	15	16	04 + 11	15	16	04 + 12	16	16
05 + 01	06	06	05 + 01	07	08	05 + 02	07	08	05 + 03	08	08
05 + 02	07	07	05 + 02	08	09	05 + 03	08	09	05 + 04	09	09
05 + 03	08	08	05 + 03	09	10	05 + 04	09	10	05 + 05	10	10
05 + 04	09	09	05 + 04	10	11	05 + 05	10	11	05 + 06	11	11
05 + 05	10	10	05 + 05	11	12	05 + 06	11	12	05 + 07	12	12
05 + 06	11	11	05 + 06	12	13	05 + 07	12	13	05 + 08	13	13
05 + 07	12	12	05 + 07	13	14	05 + 08	13	14	05 + 09	14	14
05 + 08	13	13	05 + 08	14	15	05 + 09	14	15	05 + 10	15	15
05 + 09	14	14	05 + 09	15	16	05 + 10	15	16	05 + 11	16	16
05 + 10	15	15	05 + 10	16	17	05 + 11	16	17	05 + 12	17	17
06 + 01	07	07	06 + 01	08	09	06 + 02	08	09	06 + 03	09	09
06 + 02	08	08	06 + 02	09	10	06 + 03	09	10	06 + 04	10	10
06 + 03	09	09	06 + 03	10	11	06 + 04	10	11	06 + 05	11	11
06 + 04	10	10	06 + 04	11	12	06 + 05	11	12	06 + 06	12	12
06 + 05	11	11	06 + 05	12	13	06 + 06	12	13	06 + 07	13	13
06 + 06	12	12	06 + 06	13	14	06 + 07	13	14	06 + 08	14	14
06 + 07	13	13	06 + 07	14	15	06 + 08	14	15	06 + 09	15	15
06 + 08	14	14	06 + 08	15	16	06 + 09	15	16	06 + 10	16	16
06 + 09	15	15	06 + 09	16	17	06 + 10	16	17	06 + 11	17	17
06 + 10	16	16	06 + 10	17	18	06 + 11	17	18	06 + 12	18	18
07 + 01	08	08	07 + 01	09	10	07 + 02	09	10	07 + 03	10	10
07 + 02	09	09	07 + 02	10	11	07 + 03	10	11	07 + 04	11	11
07 + 03	10	10	07 + 03	11	12	07 + 04	11	12	07 + 05	12	12
07 + 04	11	11	07 + 04	12	13	07 + 05	12	13	07 + 06	13	13
07 + 05	12	12	07 + 05	13	14	07 + 06	13	14	07 + 07	14	14
07 + 06	13	13	07 + 06	14	15	07 + 07	14	15	07 + 08	15	15
07 + 07	14	14	07 + 07	15	16	07 + 08	15	16	07 + 09	16	16
07 + 08	15	15	07 + 08	16	17	07 + 09	16	17	07 + 10	17	17
07 + 09	16	16	07 + 09	17	18	07 + 10	17	18	07 + 11	18	18
07 + 10	17	17	07 + 10	18	19	07 + 11	18	19	07 + 12	19	19
08 + 01	09	09	08 + 01	10	11	08 + 02	10	11	08 + 03	11	11
08 + 02	10	10	08 + 02	11	12	08 + 03	11	12	08 + 04	12	12
08 + 03	11	11	08 + 03	12	13	08 + 04	12	13	08 + 05	13	13
08 + 04	12	12	08 + 04	13	14	08 + 05	13	14	08 + 06	14	14
08 + 05	13	13	08 + 05	14	15	08 + 06	14	15	08 + 07	15	15
08 + 06	14	14	08 + 06	15	16	08 + 07	15	16	08 + 08	16	16
08 + 07	15	15	08 + 07	16	17	08 + 08	16	17	08 + 09	17	17
08 + 08	16	16	08 + 08	17	18	08 + 09	17	18	08 + 10	18	18
08 + 09	17	17	08 + 09	18	19	08 + 10	18	19	08 + 11	19	19
08 + 10	18	18	08 + 10	19	20	08 + 11	19	20	08 + 12	20	20
09 + 01	10	10	09 + 01	11	12	09 + 02	11	12	09 + 03	12	12
09 + 02	11	11	09 + 02	12	13	09 + 03	12	13	09 + 04	13	13
09 + 03	12	12	09 + 03	13	14	09 + 04	13	14	09 + 05	14	14
09 + 04	13	13	09 + 04	14	15	09 + 05	14	15	09 + 06	15	15
09 + 05	14	14	09 + 05	15	16	09 + 06	15	16	09 + 07	16	16
09 + 06	15	15	09 + 06	16	17	09 + 07	16	17	09 + 08	17	17
09 + 07	16	16	09 + 07	17	18	09 + 08	17	18	09 + 09	18	18
09 + 08	17	17	09 + 08	18	19	09 + 09	18	19	09 + 10	19	19
09 + 09	18	18	09 + 09	19	20	09 + 10	19	20	09 + 11	20	20
09 + 10	19	19	09 + 10	20	21	09 + 11	20	21	09 + 12	21	21
10 + 01	11	11	10 + 01	12	13	10 + 02	12	13	10 + 03	13	13
10 + 02	12	12	10 + 02	13	14	10 + 03	13	14	10 + 04	14	14
10 + 03	13	13	10 + 03	14	15	10 + 04	14	15	10 + 05	15	15
10 + 04	14	14	10 + 04	15	16	10 + 05	15	16	10 + 06	16	16
10 + 05	15	15	10 + 05	16	17	10 + 06	16	17	10 + 07	17	17
10 + 06	16	16	10 + 06	17	18	10 + 07	17	18	10 + 08	18	18
10 + 07	17	17	10 + 07	18	19	10 + 08	18	19	10 + 09	19	19
10 + 08	18	18	10 + 08	19	20	10 + 09	19	20	10 + 10	20	20
10 + 09	19	19	10 + 09	20	21	10 + 10	20	21	10 + 11	21	21
10 + 10	20	20	10 + 10	21	22	10 + 11	21	22	10 + 12	22	22



Continúa...

Alumnos y Alumnas del Ecuador en el extranjero

• MERCADO LABORAL

Código	Carrera	Total egresados		Faltantes al egresar		Faltantes durante el primer año	
		Alumnos	Alumnas	Alumnos	Alumnas	Alumnos	Alumnas
AGRICULTURA							
001	Agrícola	10,7%	8,7%	128,0	128,0	7,7%	48,0
002	Agropecuaria	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
003	Cafetalero	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
004	Maderero	28,7%	20,0%	1,0	1,0	1,0	1,0
005	Pesquero	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
006	Forestal	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
007	Industria y Comercio	17,8%	10,0%	14,0	14,0	1,0%	1,0
008	Industria del Mito	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
009	Industria	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
COMERCIO							
010	Comercio	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
011	Comercio	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
012	Comercio	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
013	Comercio	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
014	Comercio	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
015	Comercio	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
016	Comercio	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
017	Comercio del Comercio	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
018	Comercio	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
019	Comercio	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
CIENCIAS							
020	Las Ciencias	7,7%	7,0%	2,0	2,0	1,0	1,0
021	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0	1,0
022	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0	1,0
CIENCIAS DE LA SALUD							
023	Las Ciencias	8,7%	7,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
024	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
025	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
026	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
027	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
028	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
029	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN							
030	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
031	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
032	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
033	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
CIENCIAS DE LA INGENIERÍA							
034	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
035	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
036	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
037	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
038	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
039	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
040	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
041	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
042	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
043	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
044	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
045	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
046	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
047	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
048	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
049	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
050	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
051	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
052	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
053	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
054	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
055	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
056	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
057	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
058	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
059	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
060	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
061	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
062	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
063	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
064	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
065	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
066	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
067	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
068	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
069	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
070	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
071	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
072	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
073	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
074	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
075	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
076	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
077	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
078	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
079	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
080	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
081	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
082	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
083	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
084	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
085	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
086	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
087	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
088	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
089	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
090	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
091	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
092	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
093	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
094	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
095	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
096	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
097	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
098	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
099	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0
100	Química	4,8%	3,0%	4,0	4,0	1,0%	1,0

Nota: No se incluye a los egresados de la carrera de Ingeniería en el extranjero.

POBREZA POR NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS

Código	Cantón	1. 2014 Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas	2. 2013 Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas	3. 2014 Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas	4. 2013 Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas
BUENA VISTA					
1001	Paipa	41%	41%	1%	0%
1002	Paipa	41%	41%	1%	1%
1003	Paipa (Zona Urbana)	41%	41%	1%	1%
1004	Paipa	41%	41%	1%	1%
CAJAMARCA					
1005	Paipa	41%	41%	1%	1%
1006	Caibariá	11%	11%	11%	11%
1007	Paipa	11%	11%	11%	11%
1008	Paipa	11%	11%	11%	11%
1009	Paipa	11%	11%	11%	11%
1010	Paipa	11%	11%	11%	11%
1011	Paipa	11%	11%	11%	11%
1012	Paipa	11%	11%	11%	11%
1013	Paipa	11%	11%	11%	11%
1014	Paipa	11%	11%	11%	11%
1015	Paipa	11%	11%	11%	11%
1016	Paipa	11%	11%	11%	11%
1017	Paipa	11%	11%	11%	11%
1018	Paipa	11%	11%	11%	11%
1019	Paipa	11%	11%	11%	11%
1020	Paipa	11%	11%	11%	11%
1021	Paipa	11%	11%	11%	11%
1022	Paipa	11%	11%	11%	11%
1023	Paipa	11%	11%	11%	11%
1024	Paipa	11%	11%	11%	11%
1025	Paipa	11%	11%	11%	11%
1026	Paipa	11%	11%	11%	11%
1027	Paipa	11%	11%	11%	11%
1028	Paipa	11%	11%	11%	11%
1029	Paipa	11%	11%	11%	11%
1030	Paipa	11%	11%	11%	11%
1031	Paipa	11%	11%	11%	11%
1032	Paipa	11%	11%	11%	11%
1033	Paipa	11%	11%	11%	11%
1034	Paipa	11%	11%	11%	11%
1035	Paipa	11%	11%	11%	11%
1036	Paipa	11%	11%	11%	11%
1037	Paipa	11%	11%	11%	11%
1038	Paipa	11%	11%	11%	11%
1039	Paipa	11%	11%	11%	11%
1040	Paipa	11%	11%	11%	11%
1041	Paipa	11%	11%	11%	11%
1042	Paipa	11%	11%	11%	11%
1043	Paipa	11%	11%	11%	11%
1044	Paipa	11%	11%	11%	11%
1045	Paipa	11%	11%	11%	11%
1046	Paipa	11%	11%	11%	11%
1047	Paipa	11%	11%	11%	11%
1048	Paipa	11%	11%	11%	11%
1049	Paipa	11%	11%	11%	11%
1050	Paipa	11%	11%	11%	11%
1051	Paipa	11%	11%	11%	11%
1052	Paipa	11%	11%	11%	11%
1053	Paipa	11%	11%	11%	11%
1054	Paipa	11%	11%	11%	11%
1055	Paipa	11%	11%	11%	11%
1056	Paipa	11%	11%	11%	11%
1057	Paipa	11%	11%	11%	11%
1058	Paipa	11%	11%	11%	11%
1059	Paipa	11%	11%	11%	11%
1060	Paipa	11%	11%	11%	11%
1061	Paipa	11%	11%	11%	11%
1062	Paipa	11%	11%	11%	11%
1063	Paipa	11%	11%	11%	11%
1064	Paipa	11%	11%	11%	11%
1065	Paipa	11%	11%	11%	11%
1066	Paipa	11%	11%	11%	11%
1067	Paipa	11%	11%	11%	11%
1068	Paipa	11%	11%	11%	11%
1069	Paipa	11%	11%	11%	11%
1070	Paipa	11%	11%	11%	11%
1071	Paipa	11%	11%	11%	11%
1072	Paipa	11%	11%	11%	11%
1073	Paipa	11%	11%	11%	11%
1074	Paipa	11%	11%	11%	11%
1075	Paipa	11%	11%	11%	11%
1076	Paipa	11%	11%	11%	11%
1077	Paipa	11%	11%	11%	11%
1078	Paipa	11%	11%	11%	11%
1079	Paipa	11%	11%	11%	11%
1080	Paipa	11%	11%	11%	11%
1081	Paipa	11%	11%	11%	11%
1082	Paipa	11%	11%	11%	11%
1083	Paipa	11%	11%	11%	11%
1084	Paipa	11%	11%	11%	11%
1085	Paipa	11%	11%	11%	11%
1086	Paipa	11%	11%	11%	11%
1087	Paipa	11%	11%	11%	11%
1088	Paipa	11%	11%	11%	11%
1089	Paipa	11%	11%	11%	11%
1090	Paipa	11%	11%	11%	11%
1091	Paipa	11%	11%	11%	11%
1092	Paipa	11%	11%	11%	11%
1093	Paipa	11%	11%	11%	11%
1094	Paipa	11%	11%	11%	11%
1095	Paipa	11%	11%	11%	11%
1096	Paipa	11%	11%	11%	11%
1097	Paipa	11%	11%	11%	11%
1098	Paipa	11%	11%	11%	11%
1099	Paipa	11%	11%	11%	11%
1100	Paipa	11%	11%	11%	11%

POBREZA POR NECESIDADES BÁSICAS (PNUB)

Código	Cantón	En Pobreza por	En Pobreza por	En Pobreza por	Indicador
		carencia de	carencia de	carencia de	(PNUB)
		Alimentación	Vivienda	Energía	Índice
2010					
0101	Altoona	11%	11%	12%	7%
0102	Altoona	11%	11%	12%	7%
0103	Altoona	11%	11%	12%	7%
0104	Altoona	11%	11%	12%	7%
0105	Altoona	11%	11%	12%	7%
0106	Altoona	11%	11%	12%	7%
0107	Altoona	11%	11%	12%	7%
0108	Altoona	11%	11%	12%	7%
0109	Altoona	11%	11%	12%	7%
0110	Altoona	11%	11%	12%	7%
0111	Altoona	11%	11%	12%	7%
0112	Altoona	11%	11%	12%	7%
0113	Altoona	11%	11%	12%	7%
0114	Altoona	11%	11%	12%	7%
0115	Altoona	11%	11%	12%	7%
0116	Altoona	11%	11%	12%	7%
0117	Altoona	11%	11%	12%	7%
0118	Altoona	11%	11%	12%	7%
0119	Altoona	11%	11%	12%	7%
0120	Altoona	11%	11%	12%	7%
0121	Altoona	11%	11%	12%	7%
0122	Altoona	11%	11%	12%	7%
0123	Altoona	11%	11%	12%	7%
0124	Altoona	11%	11%	12%	7%
0125	Altoona	11%	11%	12%	7%
0126	Altoona	11%	11%	12%	7%
0127	Altoona	11%	11%	12%	7%
0128	Altoona	11%	11%	12%	7%
0129	Altoona	11%	11%	12%	7%
0130	Altoona	11%	11%	12%	7%
0131	Altoona	11%	11%	12%	7%
0132	Altoona	11%	11%	12%	7%
0133	Altoona	11%	11%	12%	7%
0134	Altoona	11%	11%	12%	7%
0135	Altoona	11%	11%	12%	7%
0136	Altoona	11%	11%	12%	7%
0137	Altoona	11%	11%	12%	7%
0138	Altoona	11%	11%	12%	7%
0139	Altoona	11%	11%	12%	7%
0140	Altoona	11%	11%	12%	7%
0141	Altoona	11%	11%	12%	7%
0142	Altoona	11%	11%	12%	7%
0143	Altoona	11%	11%	12%	7%
0144	Altoona	11%	11%	12%	7%
0145	Altoona	11%	11%	12%	7%
0146	Altoona	11%	11%	12%	7%
0147	Altoona	11%	11%	12%	7%
0148	Altoona	11%	11%	12%	7%
0149	Altoona	11%	11%	12%	7%
0150	Altoona	11%	11%	12%	7%
0151	Altoona	11%	11%	12%	7%
0152	Altoona	11%	11%	12%	7%
0153	Altoona	11%	11%	12%	7%
0154	Altoona	11%	11%	12%	7%
0155	Altoona	11%	11%	12%	7%
0156	Altoona	11%	11%	12%	7%
0157	Altoona	11%	11%	12%	7%
0158	Altoona	11%	11%	12%	7%
0159	Altoona	11%	11%	12%	7%
0160	Altoona	11%	11%	12%	7%
0161	Altoona	11%	11%	12%	7%
0162	Altoona	11%	11%	12%	7%
0163	Altoona	11%	11%	12%	7%
0164	Altoona	11%	11%	12%	7%
0165	Altoona	11%	11%	12%	7%
0166	Altoona	11%	11%	12%	7%
0167	Altoona	11%	11%	12%	7%
0168	Altoona	11%	11%	12%	7%
0169	Altoona	11%	11%	12%	7%
0170	Altoona	11%	11%	12%	7%
0171	Altoona	11%	11%	12%	7%
0172	Altoona	11%	11%	12%	7%
0173	Altoona	11%	11%	12%	7%
0174	Altoona	11%	11%	12%	7%
0175	Altoona	11%	11%	12%	7%
0176	Altoona	11%	11%	12%	7%
0177	Altoona	11%	11%	12%	7%
0178	Altoona	11%	11%	12%	7%
0179	Altoona	11%	11%	12%	7%
0180	Altoona	11%	11%	12%	7%
0181	Altoona	11%	11%	12%	7%
0182	Altoona	11%	11%	12%	7%
0183	Altoona	11%	11%	12%	7%
0184	Altoona	11%	11%	12%	7%
0185	Altoona	11%	11%	12%	7%
0186	Altoona	11%	11%	12%	7%
0187	Altoona	11%	11%	12%	7%
0188	Altoona	11%	11%	12%	7%
0189	Altoona	11%	11%	12%	7%
0190	Altoona	11%	11%	12%	7%
0191	Altoona	11%	11%	12%	7%
0192	Altoona	11%	11%	12%	7%
0193	Altoona	11%	11%	12%	7%
0194	Altoona	11%	11%	12%	7%
0195	Altoona	11%	11%	12%	7%
0196	Altoona	11%	11%	12%	7%
0197	Altoona	11%	11%	12%	7%
0198	Altoona	11%	11%	12%	7%
0199	Altoona	11%	11%	12%	7%
0200	Altoona	11%	11%	12%	7%

FICHA DE DATOS GENERALES

CANTÓN

• Cantón SAN PEDRO DE PELLEO, Provincia de TUNGURAHUA se encuentra en la Zona 3 de planificación.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA



• El cantón SAN PEDRO DE PELLEO cuenta con 9 parroquias.

• Representa el 6.0% del territorio de la provincia de TUNGURAHUA (aproximadamente 0.2 mil km²).

INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

Población	55.6 mil hab. (11.2% respecto a la provincia de TUNGURAHUA).
Urbana:	17.0%
Rural:	62.1%
Mujeres:	51.7%
Hombres:	48.3%
PEA:	60.3% (11.3% de la PEA de la provincia de TUNGURAHUA)

Fuente: INEC - Censos de Población y Vivienda 2010

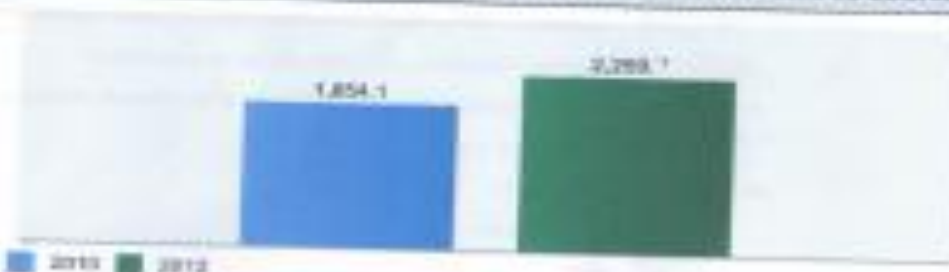
SAN PEDRO DE PELLEO: Población Ocupada por Rama de Actividad



Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

- Recaudación de impuestos:
En el 2012 el Impuesto a la Renta recaudado en el cantón SAN PEDRO DE PELLEO representó el 4.1% del total de la provincia TUNDURABIA. Respecto al 2010 creció en 21.9%.

SAN PEDRO DE PELLEO: Recaudación Impuesto a la Renta miles de dólares



Fuente: Servicio de Rentas Internas

NOTA: Datos provisionales sujetos a revisión por parte del SRI, por registros manuales no disponibles a nivel cantonal.

• Participación de la actividad económica

Establecimientos económicos:	1.8 mil establecimientos (7.6% de la provincia de TUNGURAHUA)
Ingreso por Ventas:	88 millones (2.6% de la provincia de TUNGURAHUA)
Personal Ocupado:	4.7 mil personas (6.1% de la provincia de TUNGURAHUA)

Principales actividades que generan mayor ingreso

Clasificación CIIU 4.0 Actividad Principal	%
Comercio al por mayor y al por menor - reparación de vehículos automotores y motocicletas	48.1%
Industrias manufactureras	15.4%
Administración pública y defensa - planes de seguridad social de afiliación obligatoria	15.4%

Fuente: INEC, Censo Económico 2018



Fuente: INEC, Censo Económico 2018

INDICADORES SOCIALES

• La pobreza en el cantón SAN PEDRO DE PELILEO por INBI es de 14,8% con respecto a la provincia de TUNGURAHUA.

SAN PEDRO DE PELILEO: Porcentaje de Personas Pobres por INBI Inter censal 2001 - 2010



Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

• La escolaridad de la población en el cantón SAN PEDRO DE PELILEO es de 7,2 años para las mujeres y 6,1 años para los hombres.

SAN PEDRO DE PELILEO: Escolaridad Inter censal 2001 - 2010 (Población de 14 y más años de edad)



Aumentó en 1,3 años
Período 2001 - 2010

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

• El analfabetismo de las mujeres en el cantón SAN PEDRO DE PELILEO es del 1,5% y en los hombres es del 5,0%.

SAN PEDRO DE PELILEO: Tasa de Analfabetismo Inter censal 2001 - 2010 (Población de 15 y más años de edad)



Reducción: 2,1 puntos porcentuales
Período 2001 - 2010

INDICADORES SOCIALES

- Programas sociales en SAN PEDRO DE PELLEO

PROGRAMAS SOCIALES	RENTISTAS BENEFICIARIAS	RENTISTAS BENEFICIARIOS EN PEDRO DE PELLEO	UNIDADES	FECHA
Bono de Desarrollo Humano (BDH)	4242	997	Mujeres, adultos mayores y personas con discapacidad	Enero 2014
Credito de Gobierno Futuro (CGF)	50	8	Mujeres, adultos mayores y personas con discapacidad	Enero 2014
Indicador de la Mujer y la Familia (IMF)	1228	177	mujeres y niños	Enero - Marzo 2014

Fuente: MDSB - RPS

INDICADORES POLITICOS

- Resultados a nivel cantonal (CNE)



Fuente: CNE - Consejo Nacional Electoral

INSTITUCION	SENPLADES - Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo
RESPONSABLE	SI - DIRECCIÓN DE MÉTODOS, ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN
FECHA	25 de Febrero de 2014