



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de Investigación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniera de Empresas**

**TEMA: “Los procesos de microcrédito y su incidencia en la
calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc
Ñan de la Parroquia Salasaka Cantón Pelileo”**

AUTORA: Nancy Delfina Masaquiza Masaquiza.

TUTORA: Ing. Nancy Moya.

Ambato – Ecuador

Diciembre 2012



Ing. Nancy Moya

CERTIFICA:

Que el presente trabajo ha sido revisado minuciosamente .Por lo tanto autorizo la presentación de este proyecto de Investigación, el mismo que responde a las normas establecida en el reglamento de Titulo y Grado de la Facultad.

Ambato, Diciembre del 2012

Ing. Nancy Moya.

TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Los procesos de microcrédito y su incidencia en la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan de la Parroquia Salasaka Cantón Pelileo”, como también de los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Nancy Delfina Masaquiza Masaquiza.

C.I. 180372923-3

AUTORA.

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Miembros del Tribunal aprueban la presente Tesis de Grado, la misma que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f).....

Eco. Marcelo Lara

f).....

Ing. Giovanna Ortiz.

Ambato, Diciembre del 2012.

DERECHOS DEL AUTOR

Autorizo a la Universidad de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no ponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos del autor.

AUTORA

Nancy Delfina Masaquiza Masaquiza.

C.I. 180372923-3

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado Siempre en todo momento dándome las fuerzas y fortaleza necesaria para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten. Le agradezco de todo corazón a mis padres por la vida ya que ellos están fallecidos, pero a pesar de todo aunque no están a mi lado siempre estarán presente en mi alma les quiero mucho mami y papi esperando que guíen por un camino mejor, a mis queridos hermanos Alegría y Armando ya que ellos fueron mis segundo padres para mí , gracias a ellos soy quien soy hoy en día, fueron los que me brindaron el apoyo necesario para que pueda culminar mis estudio entre otros, son ellos a quien les debo todo, de mis tristezas y de alegrías de las cuales estoy muy seguro que las han hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y de las cuales me siento orgullosa.

Nancy Delfina Masaquiza Masaquiza.

AGRADECIMIENTO

Mis sinceros agradecimiento a Dios por las oportunidades que ha puesto en el camino y que hoy por hoy se evidencian en frutos, como es este trabajo de grado.

A mi familia, en especial a mis hermanos Alegría y Armando Masaquiza, gracias por ser la luz y guía en mi vida, que con su amor y sacrificio diario, hicieron posible que cumpliera mis más anhelados deseos de superación.

A todos los docentes que forman parte de la Facultad de Ciencias Administrativas por el apoyo brindado en la investigación, y por el enorme aporte que han hecho a mi formación académica. Así como también a los Ingeniero del seminario y de manera muy especial a tutora Ing. Nancy Moya quien con mucho afán me ha guiado para poder culminar esta investigación.

Finalmente, a mis compañeros y amigos, todos aquellos que estuvieron cuando más necesité de su apoyo, Gracias por estar ahí siempre.

Nancy Delfina Masaquiza Masaquiza.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS

PAGINAS

Portada.....	i
Página de aprobación por el director de tesis.....	ii
Página de autora de la tesis.....	iii
Página de aprobación por el Tribunal de Grado.....	iv
Derecho de autor.....	v
Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice.....	viii
Índices de tablas.....	xi
Índices de grafico.....	xiii
Resumen Ejecutivo.....	xiv
Introducción.....	1
CAPITULO I.....	3
1. EL PROBLEMA.....	3
1.1 Tema de investigación.....	3
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Contextualización.....	4

1.2.2 Análisis Crítico.....	6
1.2.3 Prognosis.....	7
1.2.4 Formulación del problema.....	8
1.2.5 Interrogantes.....	8
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación	8
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	9
1.4 OBJETIVOS.....	9
1.4.1 Objetivo General.....	9
1.4.2 Objetivo Especifico.....	10
CAPITULO II.....	11
2. Marco Teórico.....	11
2.1 Antecedentes Investigativos.....	12
2.2 Fundamentación Filosófica.....	13
2.3 Fundamentación Legal.....	14
2.4 Categorías Fundamentales.....	17
2.5 Hipótesis.....	53
2.6 Señalamiento de variables.....	53
CAPITULO III.....	54
METODOLOGIA.....	54
3.1 Enfoque de la investigación.....	54

3.2 Modalidad Básica de la Investigación.....	55
3.3 Nivel o Tipo de Investigación.....	56
3.4 Población y Muestra.....	56
3.5 Operacionalización de variables.....	58
3.6 Plan de Recolección de Información.....	60
3.7 Plan de Procesamiento de información.....	61
CAPITULO IV.....	63
4. Análisis e Interpretación de los resultados.....	63
4.1 Análisis de encuestas aplicadas a socios.....	63
4.2 Interpretación de las encuestas aplicadas a socios.....	83
4.3 Verificación de la hipótesis.....	84
4.3.1 Hipótesis.....	84
CAPITULO V.....	90
5. Conclusiones y Recomendaciones.....	90
5.1 Conclusión.....	91
5.2 Recomendación.....	92
CAPITULO VI.....	94
6.PROPUESTA.....	95
6.1 Datos informativos.....	95

6.2 Antecedentes de la Propuesta.....	95
6.3 Justificación.....	96
6.4 OBJETIVOS.....	98
6.4.1 Objetivo General.....	98
6.4.2. Objetivo Especifico.....	98
6.5 Análisis de Factibilidad.....	98
6.6 Fundamentación.....	99
6.7 Metodología – Modelo Operativo.....	112
6.8 Administración de la Propuesta.....	152
6.9 Prevención de la Evaluación.....	154
Bibliografía.....	156
Anexos.....	159

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Categorización Variable Independiente.....	17
Gráfico 2: Categorización Variable Dependiente.....	18
Gráfico 3: Los proceso de tramite.....	65
Gráfico 4: Elementos de proceso de microcrédito.....	67
Gráfico 5: Capacidad de monto	69
Gráfico 6: Los requisito y condiciones	71
Grafico 7: Las formas de pago.....	73
Gráfico 8: Tipos de microcrédito.....	75
Gráfico 9: Tipos de garantía.....	77
Grafico 10: Calidad de servicio.....	79
Grafico 11: Recomendación.....	83
Gráfico 12: Representación grafico del Chi cuadrado.....	89
Gráfico 13: Simbología del diagrama de flujo.....	101
Grafico14:Modelo operativo.....	111
Gráfico 15: Diagrama de proceso de microcrédito.....	132
Gráfico 16Flujugrama del proceso de microcrédito,.....	143

Gráfico17: Diagrama de flujo de sistema de recuperación.....	146
Gráfico 18: Organigrama Estructural.....	153
Gráfico 19: Organigrama funcional.....	154

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Proceso de tramite	64
Tabla 2: Elementos de proceso de microcrédito.....	66
Tabla 3 Capacidad de monto.....	68
Tabla 4: los requisito y condiciones	70
Tabla 5: Formas de pago.....	72
Tabla6: Tipos de microcrédito.....	74
Tabla 7: tipos de garantía.....	74
Tabla 8: calidad de servicio.....	76
Tabla 9: Los servicios de microcrédito.....	78
Tabla 10: Recomendación de solicitar un crédito	80
Tabla 11: Frecuencia observada.....	87
Tabla 12: Procedimiento para el cálculo de Chi Cuadrado (X^2)	88
Tabla 13: Previsión de evaluación.....	157

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Variable independiente: El proceso de microcrédito.....	58
Cuadro 2: Variable independiente: Calidad de servicio.....	59
Cuadro 3: Técnicas e instrumento.....	60
Cuadro 4: Procedimiento de información.....	61
Cuadro 5: Respectivas funciones de área de crédito.....	114
Cuadro 6: Instrumentación del microcrédito.....	119
Cuadro 7: Notificación de vencimiento de obligación.....	142
Cuadro8:Notificacion de cobro.....	144
Cuadro 9: Nivel de satisfacción del socio\cliente.....	145
Cuadro 10: Matriz del plan de acción.....	148

RESUMEN EJECUTIVO

El principal negocio o actividad de la Cooperativa Mushuc Ñan. Es la gestión de intermediación financiera, en consecuencia la captación y colocación de recursos de forma responsable. Dentro de este marco de gestión y en virtud de la importancia que tiene la cartera de crédito en la estructura financiera de la Cooperativa, El principal objetivo de una Cooperativa es promover el desarrollo de las actividades productivas de las personas que buscan satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales.

En el **CAPITULO I** se plantea el problema de investigación, analizando situaciones críticas que se derivan del manejo inadecuado del control interno, por lo cual sea contextualizado tomando en cuenta el proceso y el entorno de la investigación, delimitando la información en el sentido que nos permite cumplir los objetivos generales y los objetivos específicos planteados.

En el **CAPITULO II**, se desarrolla el marco teórico fundamentando la orientación filosófica, la que corresponde a la base legal que rige el proceso y control de los institucionales, las categorizaciones que sustentan la investigación, en donde se detalla la visión dialéctica y las conceptualizaciones que sustentan las variables de estudio, incluyendo gráficas de inclusión interrelacionados de superordinación y subordinación que nos permiten apreciar de mejor manera el campo de acción del tema planteado.

El **CAPITULO III**, en base al tema planteado nos permite operacionalizar las variables y determinar el enfoque que le damos a la investigación, planteando encuestas y otras técnicas de recolección de información que nos permita probar la hipótesis planteada.

En el **CAPITULO IV** se presentan los resultados obtenidos a través del trabajo de campo con sus respectivos análisis e interpretaciones, además se comprueba la hipótesis planteada.

En el **CAPÍTULO V** se establecen las conclusiones y recomendaciones del proyecto en estudio, relacionando con los objetivos propuestos, delimitando el esquema integral del estudio investigado.

En el **CAPÍTULO VI** se realiza la presentación de la propuesta de ejecución del proyecto, estableciendo las generalidades técnicas básicas en el esquema de la estructura organizacional y viabilidad que debe utilizarse para ejecutar el proyecto, y los pasos para la ejecución del proyecto, como la utilización de los resultados técnicos institucionales.

PALABRAS CLAVES:

Proceso

Microcrédito,

Servicio

Calidad

Cliente.

INTRODUCCION

La micro finanza cambia continuamente para ajustar a las nuevas exigencias de socios / clientes y conforman este sector generador de ingresos familiares y empleo. Su importancia e impacto en el futuro económico y financiero nacional hacen que sea necesario penetrar su análisis por ello es importante desarrollar un trabajo de investigación que permita indagar aspectos que impiden el desarrollo empresarial detectando problemas que surgen en determinadas áreas de la institución para dar una solución oportuna, con la finalidad de mejorar la situación detectada.

El presente trabajo se enfoca principalmente a los procesos de microcrédito, y como inciden los mismos en la calidad de servicio al socio, ya que esto a la larga se reflejará en los resultados que llegue a tener la institución ya sea en la parte financiera como en el servicio mismo.

El objetivo de este trabajo de investigación , es realizar un viaje a través de un manual de proceso y como esta puede ser una herramienta eficaz en el desarrollo de nuestros negocios ,la misma que permitirá mejorar la calidad de servicio en la cooperativa y en el desenvolvimiento de nuestra carrera administrativa y el ramo del mercadeo.

La necesidad de satisfacer a los clientes y mejorar el servicio, han sido el escenario primordial para realizar el estudio de investigación enfocada a la cooperativa de Ahorra y Crédito Mushuc Ñan.

CAPITULO I.

1. EL PROBLEMA

1.1 TEMA

“LOS PROCESOS DE MICROCRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MUSHUC ÑAN DE LA PARROQUIA SALASAKA CANTÓN PELILEO “

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Los inadecuados procesos de microcrédito influye en la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan de la parroquia Salasaka cantón Pelileo.

1.2.1. Contextualización

Macro

La Asociación de Bancos Privados aseguró que Ecuador carece de “demanda de crédito sólida” La Asociación de Bancos Privados aseguró hoy que Ecuador carece de “demanda de crédito sólida”, por lo que pidió retirar la medida del Banco Central que dispuso dejar al menos 45 % de los depósitos en el país.

“Hemos indicado a los diferentes representantes del poder público lo inconveniente de esa regulación, no para la banca sino para el país en su conjunto, y le hemos indicado que no existe demanda de crédito sólida”, afirmó a Radio Sonorama el director ejecutivo de la Asociación, César Robalino.

Para el banquero, la falta de demanda obedece a la “incertidumbre” en el sector privado y a que no hay “suficientes” proyectos, aunque el gobierno sostiene lo contrario. Robalino aseguró que los bancos tampoco pueden rebajar sus “políticas de crédito” para que más personas accedan a los préstamos porque arriesgarían los recursos de sus depositantes.

El Banco Central dispuso la repatriación de recursos en junio de 2009 para proteger la dolarización, adoptada en 2000, e impulsar el crédito productivo, ante la crisis mundial.

En un principio dio plazo hasta agosto de 2009 para cumplir la medida. A finales de febrero estableció regulaciones adicionales que vencerán en mayo.

[http://www.revistalideres.ec/2010-03-29/Home/Economia-al-Instante/9-\(1\).aspx](http://www.revistalideres.ec/2010-03-29/Home/Economia-al-Instante/9-(1).aspx)

Meso

En la provincia de Tungurahua es importante el centro comercial y turístico, que han desarrollado diferentes actividades económicas en cada uno de sus cantones, es así que en la ciudad de Ambato existen principales instituciones financieras, mutualistas y cooperativas de ahorro y crédito, las cuales están dando toda facilidad posible en la concesión de todo tipo de crédito.

Frente a este contexto cooperativas de ahorro y crédito deben elegir las mejores estrategias de procesos de créditos para poder ser competitivos y también ser ágil oportuna en los procesos de microcrédito de los socios y de esa manera satisfacer las necesidades.

Micro

En el año 2005, fue creada la Cooperativa de ahorro y crédito Musuc Ñan en cantón Pelileo parroquia salasaka matriz centro salasaka –vía baños y es una institución Líder, Confiable y con Solvencia Financiera; cuenta con local propio en su matriz y cobertura en las principales Capitales provinciales Riobamba ,Ambato ,Tena, Pelileo con oficinas; y, ofrece servicios financieros incoativas y con altos estándares de calidad a no menos de 1200 socios, de esa manera mejorar la productividad , comercialización de artesanías y en sector agrícola ,microcréditos.

La cooperativa está enfocada a otorgar microcrédito a sus socios ,de conformidad al reglamentos que para el efecto se establezca ,procurando que los mismo sean dedicados a inversiones de producción ,de beneficio familiar, socio ,microempresas, artesanal ,comercial ,la misma que permite mejorar la condición de vida de la sociedad.

1.2.2. Análisis crítico

Según las falencias del problema que se sitúan, la inadecuada gestión a los procesos de microcrédito influye calidad de servicio de la cooperativa se han detectado los siguientes aspectos para dar solución al problema, de misma manera plantear el tema y planteamiento del problema para poder realizar el proyecto de tesis de grado.

La inadecuada gestión a los procesos de microcréditos se debe al incumplimiento de los procesos preestablecidos, en el cual deben basarse todas las agencias de la cooperativa. Y a la demora que se está dando en los procesos de colocación, que se está presentando, claro que en todo momento se busca salvaguarda el recurso financiero de los socios por eso se trata de asegurar por todos los medios el mismo para solucionar el problema.

Causa

Medición de resultados erróneos

Planificación del Recurso financiero

Demora en los despacho de microcréditos

Falta de aplicación de indicadores de gestión

Efecto.

Se está viendo afectada la calidad de servicio al socio por cuanto ellos desconocen de ciertos procesos necesarios a seguir hasta colocar el microcrédito, esto debido a su escaso nivel académico, pero a aquí los directivos deben en lo posible hacer que los procesos sean más comprensibles y hacer en el mismo tiempo varios procesos y no hacer que el socio regrese una y otra vez.

La falta innovación y emprendimiento conduce el mal manejo de liderazgo participativo y también en desconocimiento de las habilidades.

La falta de planificación se afecta al incumplimiento de los objetivos, cabe recalcar que la planificación es muy importante en proceso administrativo de esa manera ejecutar con cabalidad en la cooperativa.

Como efecto tenemos la pérdida de los clientes ya que los clientes es la razón de dar estructura sostenible para vida a la institución.

La mala calidad de servicio se enfoca en la ausencia estrategias de marketing y las normativas de calidad.

La pérdida de utilidad se da por la mala administración ya es importante en aplicación de manejo de negocio y en la realización presupuesto de gasto.

1.2.3 Prognosis

Si la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan no soluciona sus necesidades prioritarias como los procesos de microcréditos seguirá manteniendo un bajo nivel calidad de servicio e incluso hasta podría ser la causa de que perdiera una gran parte de su mercado.

Si no se analiza profundamente este problema, se propone alternativas de solución, podemos estar seguros que no se solucionara ningún problema, al contrario, con el tiempo se perderá la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan.

De igual manera el no contar con un adecuado proceso de microcrédito conlleva a las demoras en las fases de otorgamiento de micreditos provocando disgusto en el cliente externo por los largos tiempos de espera y este optara por elegir a la competencia y a su vez la saturación en las actividades de crédito y cobranzas lo cual es perjudicial para la institución ya que su existencia y rentabilidad depende de ellos.

1.2.4 Formulación del problema

¿Qué procesos de microcrédito permitirán mejorar la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan Parroquia Salasaka Cantón Pelileo?

1.2.5. Preguntas directrices de la investigación

¿Cuál es el escenario actual sobre los procesos de microcrédito en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan, de la Parroquia Salasaka Cantón Pelileo.

¿Cómo se mide la eficiencia en los procesos de otorgamiento de microcréditos de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan de la Parroquia Salasaka Cantón Pelileo?

1.2.6 Delimitación del objetivo de investigación.

CAMPO: ADMINISTRATIVO

ÁREA: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ASPECTO: PROCESO DE MICROCRÉDITO

1.2.6.1 Delimitación Especial

La cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan de la parroquia Salasaka Cantón de Pelileo.

1.2.6.2 Delimitación Temporal.

07-ENERO-14 FEBRERO 2012

1.3 JUSTIFICACIÓN.

La presente investigación se da por motivo de dar mejora la calidad de servicio a los socios en la Cooperativa Mushuc Ñan, en la cual se manifestara oportunidades de emprender sus propios negocios y la facilidad de otorgar diferentes servicios financiero a los socios de esa manera mejorar la situación económica del pueblo.

De lo dicho anteriormente justifico que los servicios financieros son de apoyo en los procesos productivos rurales, que le permiten alcanzar niveles de solidez y rentabilidad que garantizan su sostenibilidad en sus áreas de operación.

Además esta investigación tiene su importancia práctica; ya que influirá en la toma de decisiones, estratégicas y políticas que permitirán que la institución logre sus objetivos propuestos.

1.4 OBJETIVO

1.4.1 Objetivo General

Determinar qué procesos de microcrédito permitirán mejorar la calidad de servicios en la cooperativa de ahorro y Crédito Mushuc Ñan, en la Parroquia Salasaka cantón de Pelileo.

1.4.2 Objetivo Específico.

1.4.2.1 Diagnosticar cuál es el escenario actual sobre otorgamiento de los procesos de microcrédito en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan, de la Parroquia Salasaka Cantón Pelileo.

1.4.2.2 Analizar cómo se mide la eficiencia en los procesos de otorgamiento de microcréditos de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan de la Parroquia Salasaka Cantón Pelileo.

1.4.2.3 Proponer que manual de procesos de otorgación de microcréditos permitirá mejorar la calidad de servicio en la cooperativa.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTE INVESTIGATIVO

ARMAS, C. (2004). Aplicación del Sistema de las cinco “C” en la aprobación de créditos consumo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa de Tungurahua. (Tesis). Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

CONCLUSIONES

Demora en el proceso de concesión de créditos en la cooperativa por que el socio debe cumplir con demasiados requisitos lo que hace el proceso de entrega del crédito.

La concesión de crédito lleva implícito un riesgo, sean cuales fueren las garantías para asegurar su cumplimiento, por lo que exige la adopción de medidas preventivas.

Campaña, J. (2010) La creación del manual de crédito y cobranzas permitirá mejorar la gestión crediticio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito EL Tisaleo Pillareño Ltda.”

CONCLUSION

La cooperativa dispone de varios productos para captar el ahorro y disponer de fondos para entregar créditos sin embargo la institución no se ha desarrollado por la falta de herramienta técnica que mejora esta gestión.

Los socios también requieren de nuevos y mejores beneficios, ya que ello producirá socios satisfechos y será motivo de invitación a incrementar nuevos socios de la cooperativa.

GONZÁLEZ j, (2010) “Auditoría Gestión a los procesos Departamentos de Crédito, Cobranzas y Recaudación de la Cooperativa de Ahorro Crédito CASAG” (2006) de la Escuela Politécnica de Ejército afirma que la Cooperativa de ahorro Crédito mantiene un segmento de mercado estratégico, el cual debe ser aprovechado a través de administración efectiva de recursos humanos, materiales y tecnológicos.

CONCLUSION

Mejorar el tiempo en la otorgación de créditos y recuperación de cartera” de la Escuela Politécnica del ejercito menciona: La demora en el proceso de otorgación de créditos se produce debido a que el Comité de Créditos quien es el encargado de realizar la aprobación de los mismos, únicamente se reúne una vez a la semana, provocando la demora de la aprobación de los mismos, provocando la inconformidad de los socios que buscan acceder a créditos rápidos y seguros.

JIMÉNEZ W. Año (2007) “Estrategias de comercialización para mejorar la calidad en el servicio de la cooperativa de ahorro y crédito 9 de Octubre del cantón Salcedo”. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas.

CONCLUSION

Establece cómo influye la implementación de estrategias de comercialización en la calidad de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito 9 de Octubre.

La imagen que tiene la cooperativa tanto para los clientes internos como para los externos es buena porque satisface nuestra necesidad y se debe encaminar a que sea muy buena en el ambiente financiero donde se desenvuelve, y cuando es malo se refiere a la insatisfacción de los clientes.

Porras, D. (2010) “Estandarización de proceso productivo y su incidencia en la satisfacción de cliente en la Empresa Compone- Salcedo”

Se concluye que los estándares en la empresa son aplicados de acuerdo a la necesidad inmediata que se van generando por parte de los clientes.

El más importante indicador del nivel de rendimiento que se está alcanzando dentro de una organización es el grado de satisfacción de los clientes, a través de lo cual se estabilizara la situación en el mercado en la empresa se pudo determinar a través de las entrevistas realizadas que las necesidades de los clientes están cubiertas solo parcialmente.

2.2 FUNDAMENTOS FILOSOFICOS

La investigación que se presenta, se desarrollará en base al paradigma crítico propositivo, porque tiene como finalidad comprender e interpretar la realidad, así como los significados de las actuaciones de las personas, sus percepciones, intenciones y acciones, de esta manera proponer una alternativa de solución al problema.

Esta investigación se realiza con la expectativa de satisfacer las exigencias de los clientes al momento de recibir el servicio, el factor importante es la imagen que proyecta la empresa, para consolidarse en el mercado con el propósito de que sus trabajadores tengan los valores y principios necesarios para facilitar un buen trato al cliente expresándole respeto, honestidad, responsabilidad.

La investigación se alinea con el paradigma crítico-propositivo porque se considera que el problema y objeto de estudio se encuentra en constante evolución, este paradigma se caracteriza por que surge como alternativa de superación a la visión tradicionalista, dentro de este paradigma es donde el ser humano desarrolla sus capacidades y potencialidades en función del trabajo productivo para una sociedad más justa y equitativa.

Cada día en el mundo empresarial aparecen hechos diferentes que hace que los gerentes sean más proactivos y estén preparados para lo que va a venir en un plano no tan lejano y si hablamos de calidad del servicio el tema es más dinámico y se debe entrar en el mejoramiento continuo para llegar a la perfección.

2.3. FUNDAMENTOS LEGAL

Decreto N°. 194

Rafael Correa Delgado

Presidente constitucional de la republica

CAPITULO QUINTO

DEL COMITÉ DE CREDITO

Artículo 44.- Cada cooperativa tendrá uno o varios comités de créditos en razón de sus necesidades geográficos y logísticos, cuya integración y atribución se establecen de acuerdo a lo dispuesto en su normativas internas .Estarán integrados por los tres miembros, dos de los cuales serán designados por los consejo administrativos de entre los funcionarios de la entidad, y por el gerente general de la cooperativa quien lo presidirá.

La función de comité será resolver sobre las solicitudes de créditos en el marco de las políticas, niveles y condiciones determinadas por el consejo de administración en los reglamentos de créditos.

Las solicitudes de crédito de los vocales del consejo de administración, de los miembros de los comité del gerente general, y de los demás funcionarios vinculados de la cooperativa y las personas vinculadas de acuerdo a los crediticios constantes en la ley y en la normatividad aprobada por la junta bancaria, serán resuelto por el consejo de administración .El informe sobre el estado de dicho créditos será puesto en conocimiento del organismo de control cuando este lo solicite.

RESOLUCIÓN N° JB-2005-834 DE 20 DE OCTUBRE DEL 2005

CAPÍTULO V

DE LA GESTIÓN DEL RIESGO OPERATIVO SECCIÓN II.- FACTORES DEL RIESGO OPERATIVO.

ARTÍCULO 1.- Con el propósito de que se minimice la probabilidad de incurrir en pérdidas financieras atribuibles al riesgo operativo, deben ser adecuadamente administrados los siguientes aspectos, los cuales se interrelacionan entre sí: 1.1 Procesos.- Con el objeto de garantizar la optimización de los recursos y la estandarización de las actividades, las instituciones controladas deben contar con procesos definidos de conformidad con la estrategia y las políticas adoptadas.

REGLAMENTOS GENERAL A LA LEY ORGANICA DE DEFENZA DEL CONSUMIDOR PUBLICADA EN EL SUPLEMENTO DEL REGISTRO OFICIAL N°.116 10 DE JULIO DEL 2000.

CAPITULO I

PRINCIPALES GENERALES Y DEFINICIONES

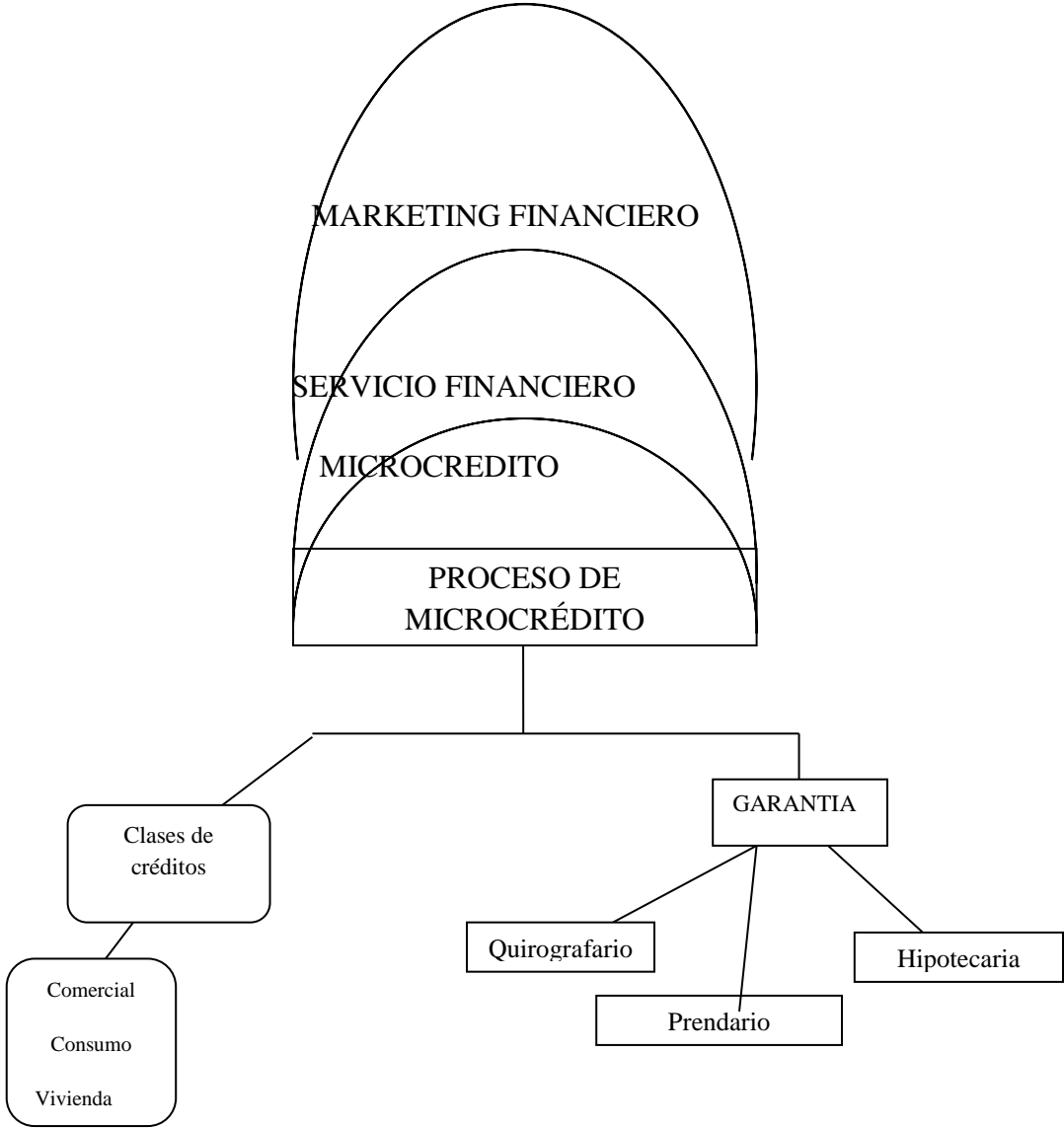
Art.1.- Consumidor.- De conformidad con los incisos terceros y noveno del art.2 de la ley ,no serán considerados consumidores aquellos personas naturales o jurídicas que adquieren, utilicen o reciban ofertas de bienes o servicios para emplearlos en la explotación de actividades económicas con fines de lucro o, en beneficio de sus clientes o de terceros a quienes ofrezcan bienes.

Art.3. – BIENES Y SERVICIOS DE OPTIMA CALIDAD.- Para la aplicación de los numerales 2,3der art.4 de la ley, se entenderá por bienes y servicios de óptima calidad aquellos que cumplan con las normas de calidad establecidas por INE o por el organismo público competente o, en su defecto, por las normas mínimas de calidad internacionales .A

falta de las normas indicadas, el bien o servicio deberá cumplir con el objeto para el cual fue fabricante u ofertado.

2.4 CATEGORÍA FUNDAMENTAL

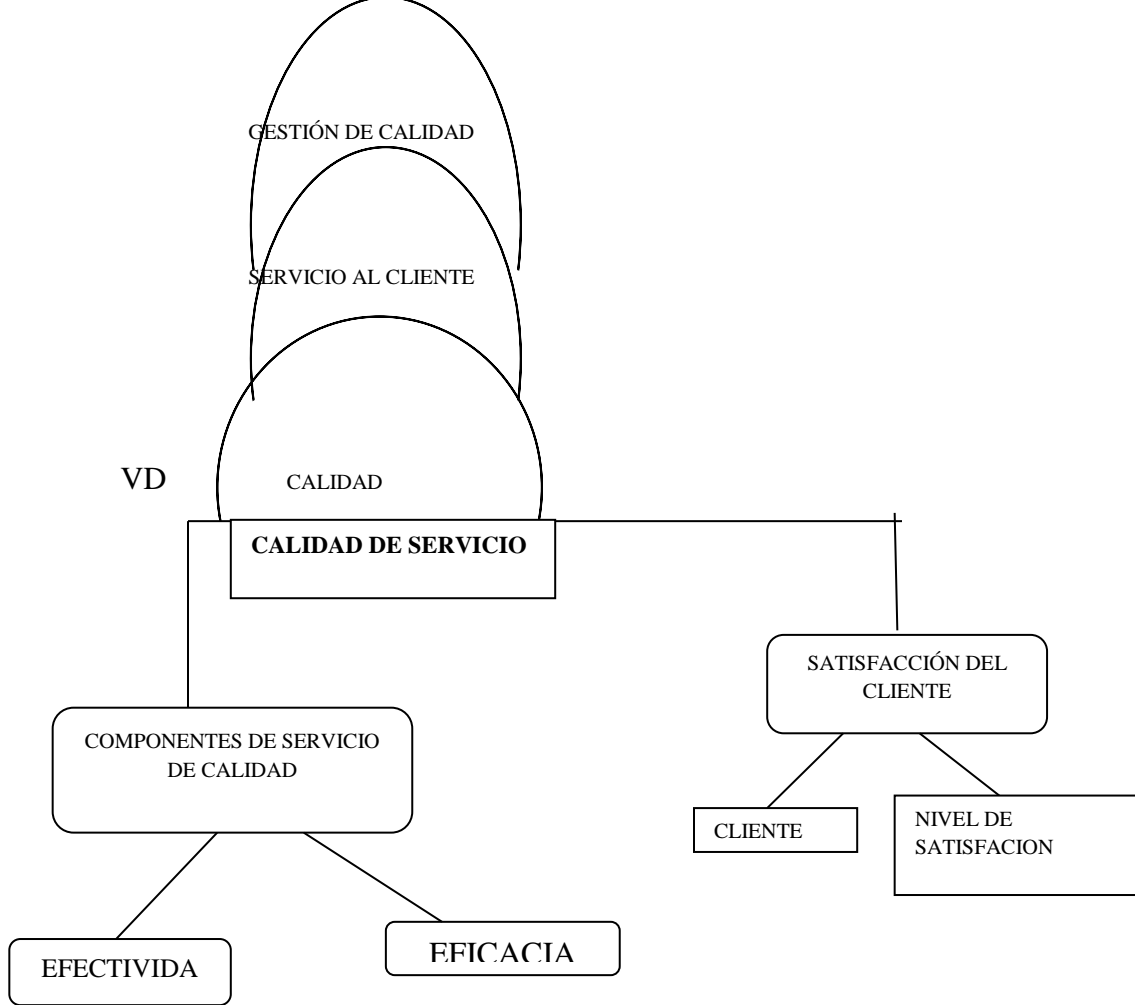
Grafico 1: Categorización variable independiente.



Elaborado por: Nancy Masaquiza.

Fuente: Investigación.

Grafico 2: Categorización variable dependiente.



Elaborado por: Nancy Masaquiza
Fuentes: Investigación.

CONCEPTUALIZACION

MARKETING FINANCIERO

Según Bahillo, E; Galas, C. (2009, p.256), mencionan que el marketing financiero es el conjunto de actividades que llevan a cabo las entidades financiera para comercializar productos y servicios financiero con el objetivo de obtener el máximo beneficio.

Según céspedes, A. (2005, p.346) dice que el marketing financiero es una parte especial de servicio, que se utiliza tanto en la venta de producto como en la prestación de servicios por parte de las entidades financieras.

EL PRECIO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Se debe considerar el valor percibido por el cliente, de acuerdo a las expectativas de satisfacción y a los sacrificios monetarios y no monetarios que está dispuesto a asumir.

- Tasas de interés pasivas
- Tasas de interés activas.

Elementos que tratan resaltar los bancos:

- Seriedad
- Solidez
- Fortaleza
- Rapidez, no pérdida de tiempo
- Buen servicio
- Publicidad de productos y servicios (es mucho más concreta).

MARKETING FINANCIERO

Según Juan Carlos A, (2006, p. 228) Marketing Bancario Relacionar.

Marketing Financiero; es la realización de intercambios de bienes o servicios efectuados por instituciones que efectúan operaciones financieras tales como bancos, compañías de seguros entre otros. La finalidad de este intercambio es satisfacer una necesidad de ambas partes.

En la mezcla de mercadeo o marketing se incluyen las llamadas variables controlables que son:

- ❖ **Producto:** Es todo aquello que la empresa le ofrece al mercado objetivo, se incluyen aquí los servicios intangibles.
- ❖ **Promoción:** Es la actividad de comunicación que realiza la empresa para informar a su mercado objetivo sobre la existencia de sus productos o servicios, o para comunicar cualquier tipo de información que le sea relevante al mercado.
- ❖ **Precios:** Es la cantidad de dinero que el cliente tiene que dar o prometer dar para obtener algo a cambio.
- ❖ **Distribución:** Se entiende como la actividad que realiza la empresa para hacer que los productos o servicios estén disponibles para que el mercado objetivo los pueda obtener.

La mezcla del Marketing es utilizada por las empresas bancarias en la proyección de sus estrategias comerciales, en su enfrentamiento a la competencia, el mercado y el entorno, como variables no controlables.

El marketing es la orientación con la que se administra el mercadeo o la comercialización dentro de una organización. Así mismo, busca fidelizar clientes, mediante herramientas y estrategias; posiciona en la mente del consumidor un producto, marca, etc. buscando ser la opción principal y llegar al usuario final; parte de las necesidades del cliente o consumidor,

para diseñar, organizar, ejecutar y controlar la función comercializadora o mercadeo de la organización.

- **Valor y Satisfacción:** el valor es la relación que establece el cliente entre los beneficios (funcionales, status, etc.) que percibe del producto que se ofrece y los costos (económicos, tiempo, esfuerzos) que representa adquirirlo. Otros elementos como la simplificación en la toma de decisión de compra, la lealtad y la jerarquización de beneficios han sido incluidos en el desarrollo de la oferta, a través de la creación de propuestas de valor orientadas a configurar productos y servicios que satisfagan óptimamente las necesidades y deseos de los individuos a quienes van dirigidas. El grado de satisfacción es el estado anímico de bienestar o decepción que se experimenta tras el uso de un bien.

- **Artículo principal: Mezcla de mercadotecnia.**

El marketing es el conjunto de técnicas que con estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing podrán saber a qué tipo de público le interesa su producto. Su función primordial es la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas. El marketing mix son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos.

Herramientas son conocidas también como las P del marketing.

Muchos Autores no llegan a un acuerdo respecto al número de elementos que componen la mezcla; Kotler y Armstrong exponen que se trata de 4 variables mercadológicas, sin embargo, autores recientes han adoptado diferentes estructuras teóricas que cambia las 4 "P" tradicionales (**Precio, Plaza, Promoción y Producto**), tomando en cuenta más aspectos como las personas y los procesos, los cuales poseen aspectos íntegramente administrativos, pero forman parte en las decisiones mercadológicas.

- ✓ **Producto:** Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad.
- ✓ **Precio:** Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.
- Es el elemento del mix que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia.
- Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costes.

✓ **Personas:**

Cuando hablamos de la P de personas, nos referimos a que una empresa también cuenta con personal que atiende a nuestro consumidor, esto afecta en muchas empresas ya que un error que cometen es olvidar esta parte del negocio dejándolo a segundo término, pero básicamente los clientes siempre se verán afectados por el buen o mal servicio que reciban de su empresa.

✓ **Procesos:**

- necesidad de la gente, y la gente estará dispuesta a pagar por esa satisfacción. Sin clientes no hay empresa. Sin un producto que satisfaga una necesidad no hay empresa.
- Los esfuerzos de mercadotecnia de una empresa deben enfocarse a satisfacer las necesidades de estos cuatro grupos de gente. Sólo entonces se podrá decir que se tiene una buena estrategia de mercado.

MARKETING

Según Kotler (2006 p. 453) El marketing es la estrategia que hace uso de la psicología humana de la demanda que de esta forma representa un conjunto de normas a tener en cuenta para hacer crecer una empresa. La clave está en saber cómo, dónde y cuándo presentar el producto u ofrecer el servicio. La publicidad es un aspecto muy importante, pero sin un plan de marketing esta sería insulsa y poco atractiva al público, lo cual

significaría un gasto más para la empresa. La mercadotecnia es un factor imprescindible en los negocios y muchas veces de ella depende si la empresa triunfa o no, por lo que es un aspecto que ningún empresario debe olvidar.

SERVICIOS FINANCIEROS

Según Eugenia B, (2009, p. 114-115) Producto y Servicios Financieros y Seguros.

A veces no es fácil diferenciar claramente entre productos y servicios financieros.

En ocasiones la diferencia es evidente si compramos un prestamos personal con un servicio de aseria financiera .Pero no ocurre así siempre , lo que el cliente busca n ese préstamo no es el producto en si la satisfacción de una necesidad con el dinero obtenido .Intangibilidad: es la dificultad de ser apreciado por los sentidos formarse una representación mental de los mismos .Por tanto ,no se sabe si es caro o barato ,o si es de nuestro agrado o ,no hasta que no se prueba y se ve el agrado de satisfacción que produce.

Según Carmen, P (2009, p. 567) indica que los servicios financieros son las funciones que ofrecen las organizaciones que operan en el sector financiero .En general tales las organizaciones se dedican a la administración del dinero; las personas que trabajan en las mismas Ejemplo bancos, cooperativas, compañías de seguros con la finalidad de ayudar a las personas a determinar cómo invertir su dinero para que puedan emprender su propio negocios.

Según Altamirano T (2000, p. 43) “son aquellos que comprenden todo servicio de esta naturaleza, bienes o servicio de bancos, seguros, valores, finanzas y también que ocupa de proporcionar asesoría en el conocimiento a producto financiero a las personas, organización u otros.

MICROCRÉDITO

Según la Reyes. J (2009, p.135), “Es todo crédito concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero prestamista” La fuente principal de pago constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero y productivo de manera más rentable, cuya fuente principal de pago constituye el producto de las ventas o ingresos.

CARACTERÍSTICAS DE UN MICROCRÉDITO

- ✚ Costos por tasa de interés más altos que otros productos
- ✚ Garantías mínimas o ninguna
- ✚ Agilidad y oportunidad
- ✚ Procesos simples
- ✚ Clientes – mayoría mujeres
- ✚ Alta rentabilidad

Objetivos del microcrédito

- Reducir la pobreza General empleo
- Contribuir al ingreso nacional
- Logra el crecimiento económico

MICROCREDITO

Según David Fred (2008, p.78). Son pequeños préstamos realizados a prestatarios pobres que tienen dificultades insalvables para acceder a las vías ordinarias de concesión de préstamos a través de la banca tradicional o de las entidades de crédito en general.

MICROCREDITO

Son pequeños préstamos realizados a personas humildes o pobres a los que no conceden préstamos los bancos tradicionales. Los microcréditos posibilitan, especialmente en países vía desarrollo, que muchas personas sin recursos puedan financiar proyectos laborales, por su cuenta que les reviertan unos ingresos.

El microcrédito es la parte esencial del campo de la micro financiación, dentro del que se encuentran otros servicios tales como los micros seguros, ahorros u otros.

http://www.euroresidentes.com/empresa_empresas/diccionario_de_empresa/microcreditos.htm.

PROCESO DE MICROCREDITO

Según Dino, C. (2007, p.32) el proceso de microcrédito es el conjunto de etapas que organizan las actividades de la institución en torno a un crédito, abarca todo el ciclo de vida del mismo, desde antes del contacto inicial con el cliente o beneficiario, hasta el cobro total del parcial de las acreencias.

Según Brachfed Montaña, P. (2009, p.78) es un conjunto de actividades de trabajo ordenadas y relacionada ente si con la finalidad de gestionar un microcrédito desde antes de la otorgación hasta después da la gestión de cobranza.

PROCESO

Según Zeithaml, Bitner (2002, p. 34)-Marketing de servicios segunda edición 2002

Los procedimientos, los mecanismos y el flujo de las actividades necesarias para la prestación de un servicio, es decir la realización del servicio y los sistemas de operación cada uno de los pasos de la prestación o del flujo operacional del servicio que experimenta el cliente, proporcionara evidencias para juzgar el servicio. Algunos servicios son muy complejos y el cliente debe seguir una extensa serie de complicadas acciones para completar el proceso.

Según Mariño N (2000, p. 154) “Gerencia de Procesos”) define a procesos “Es un conjunto limitado de actividades interrelacionadas que producen un producto de mayor valor agregado que los insumos por medio de una o más transformaciones.

Según la Ley General de instituciones financieras, Resolución 834 título vii.- de los activos y de los límites de crédito, define a proceso” Es el conjunto de actividades que transforman insumos en productos o servicios con valor para el cliente, sea interno o externo”

REQUISITOS DE UN PROCESO

- El proceso tiene Límites definidos
- El flujo del trabajo está documentado
- Los puntos del control están definidos
- Las mediciones están establecidas
- Debe estar de acuerdo con los requisitos del cliente

PROCESOS DE MICROCRÉDITO

Según Lozada F (2003, p. 6) “Tecnologías de crédito para la Micro y Pequeña Empresa” manifiesta que los proceso de microcrédito Comprende una serie de pasos tanto en la etapa previa como en la etapa posterior al otorgamiento de crédito. De manera general involucra los pasos o subprocesos Considero que los procesos de microcrédito son una serie de pasos que el cliente debe seguir para la obtención de un microcrédito, los cual deben ser los más ágiles y oportunos.

Políticas del microcréditos

- Determina las normas, términos y condiciones del crédito.

PROCESO DE MICROCRÉDITO

Según Lozada F (2003, p. 6). “Tecnologías de crédito para la Micro y Pequeña Empresa”

- Presentación de la solicitud
- Verificación de la información
- Análisis de la información
- Calificación
- Propuesta
- Aprobación o rechazo
- Instrumentación
- Entrega de producto
- Cobro

Solicitud de microcrédito

- Datos personales
- Datos de trabajo
- Ingresos y gastos mensuales
- Propiedades
- Referencias comerciales
- Referencias bancarias
- Datos familiares

Análisis de microcrédito.

- Evaluación de la solicitud de crédito de un cliente a fin de establecer si se ajusta a las políticas establecidas por la empresa y puede ser sujeto de crédito.

PROCESO DE MICROREDITO

Según Lozada F (2003, p. 234) Define es aquella que permite identificar y preseleccionar los clientes con capacidad de pago, procurando separar a los clientes insolventes y problemáticos”. La información a identificar comprende principalmente:

- Identificación del cliente
- Verificación si cumple con las políticas institucionales y requisitos
- Actividad económica que desarrolla

- Ubicación del negocio y del domicilio
- Tiempo y horario de funcionamiento del negocio
- Evaluar si el tamaño del negocio está dentro del perfil del cliente
- Monto y destino del crédito
- Valoración, por el cliente, del monto de cuota que podría pagar
- Referencias personales e institucionales con las que ha operado.

El oficial de crédito deberá tomar una definición de la potencialidad como cliente y de ser negativa comunicar al cliente sobre las razones de la misma a efectos de no generar expectativas.

Oficial de crédito

Serán oficiales de crédito aquellas personas asignadas para recomendar, aprobar o negar créditos dentro del nivel de aprobación delegado, así como aquellas que el consejo de administración y/o el gerente general, considere que cuentan con el conocimiento académica, experiencia, madurez profesional y honorabilidad para dicho cargo.

Levantamiento de la información Se desarrolla a través de la visita directa del oficial de crédito en el negocio y unidad familiar, que son la fuente de información para la toma de decisiones. Su propósito es identificar problemas potenciales del negocio y la unidad familiar y su influencia en la capacidad y voluntad de pago En el proceso de levantamiento conviene considerara las siguientes recomendaciones:

Solicitud de crédito

Según <http://definicion.de/solicitud-de-credito/> (internet) Son documentos que solicita cualquier entidad financiera para comenzar con la evaluación de un préstamo, determinan si usted cumple con las condiciones que requiere dicha entidad para aprobar dicho crédito.

Inspección

Según el Diccionario de Contabilidad y Finanzas (2002, p. 113) Define a inspección como el reconocimiento o examen que se efectúa sobre alguna cosa, supervisión y control de las actividades desarrolladas por personas o entidades que realizan ciertas funciones

Actividad empresarial

SEGÚN Zapata P (2004, p.23) e su libro “Contabilidad General”

Define a ingreso: Se entiende por ingreso la suma de los bienes o valores recibidos por una empresa como compensación de los servicios suministrados o los productos fabricados y entregados en venta.

Análisis de la solicitud de crédito

Según Lozada F (2003, p. 6) “Tecnologías de crédito para la Micro y Pequeña Empresa”

“Involucra la estructuración de la información proporcionada, preparar los estados financieros del solicitante, el flujo de caja tanto del negocio como de la unidad familiar a efectos de poder conocer y evaluar la situación del negocio y su capacidad de pago. Los resultados de esta evaluación permitirán determinar la viabilidad de la operación crediticia.”

El análisis de la capacidad de pago se sustenta en los siguientes elementos centrales:

- ❖ Balance General
- ❖ Estado de Resultado
- ❖ El flujo de ingresos y egresos del negocio
- ❖ La situación económica de la Unidad Familiar
- ❖ El destino del crédito o plan de inversión
- ❖ Las garantías ofrecidas

En complemento el análisis debe comprender la evaluación de la "voluntad de pago", variable no cuantificable sino más bien responde a la percepción del oficial de crédito respecto a las aptitudes personales del solicitante que puede influir en el cumplimiento de su obligación. Como resultado de esta etapa el oficial deberá tomar una decisión sobre si procede o no el crédito y en caso positivo presentar su "propuesta técnica de crédito" esto es las condiciones bajo las cuales se otorgaría: monto, plazo, frecuencia de pagos, etc.

El oficial de crédito deberá sustentar su propuesta ante el comité de crédito de manera que sus argumentos serán razonados y fundamentados para lograr la aprobación del órgano de decisión.

En este sentido en la presentación del caso el oficial deberá argumentar sobre los siguientes aspectos:

- ✓ La unidad familiar
- ✓ Opinión sobre la voluntad de pago
- ✓ Historial Crediticio y referencias recabadas
- ✓ Apreciación sobre la situación financiera del negocio
- ✓ Propuesta de Financiamiento

Garantías ofrecidas

Según Torres P (2010, p.412) en el Módulo "Gestión Financiera" considerará a carácter dentro del crédito como: Probabilidad de un cliente de hacer honor a sus obligaciones. Registro del cumplimiento de las obligaciones pasadas del solicitante. Capacidad de pago dentro del crédito como: Es la posibilidad que el solicitante rembolsa el crédito requerido, describe un juicio su objetivo de la habilidad de un cliente para pagar.

La calidad del servicio de crédito tiene al factor "oportunidad" como el más relevante, por tanto es rol del oficial procurar una rápida decisión e informar al cliente la respuesta a su solicitud, aun cuando esta sea negativa". En el caso de solicitudes probadas procede la

etapa de formalización y entrega del crédito la cual comprende las siguientes acciones principales:

Preparar la documentación legal del crédito: pagares, contratos de garantías.

Informar al cliente sobre la fecha de desembolso.

Legalizar los documentos y receptar las firmas del cliente

Revisar que todos los documentos del crédito estén debidamente legalizados.

Preparar orden de pago y cheque

Registrar la operación en el sistema contable y de crédito.

Pagaré

Según el Diccionario de Contabilidad y Finanzas (2002, p. 187) Define:

El pagaré es un documento mercantil de carácter privado mediante el cual una persona natural o jurídica de comprometer a efectuar el pago de una determinada cantidad, a otra o a la orden de esta, en una fecha o plazo de tiempo concreto. Pueden adoptar la forma de nominativos, a la orden o al portador.

Desembolso del crédito

Según Naranjo M., (2006, p 250) define a Desembolso de crédito “Es la entrega de dinero con cargo a un préstamo contratado, luego de cumplir todos los requisitos previos exigidos por la entidad bancaria o financiera”

Seguimiento

Según Lozada F (2003, pág. 6) “El Seguimiento de la cartera de crédito en la micro y pequeña empresa es una acción imprescindible en el proceso y se encuentra bajo la responsabilidad del oficial de crédito quien se mantendrá pendiente de todos los créditos bajo su cargo con una actitud persistente y firme en la gestión de cobros.” El propósito fundamental del seguimiento es mantener un bajo nivel de morosidad de manera que no afecte la rentabilidad ni la liquidez institucional. En complemento el seguimiento busca

fortalecer una relación permanente con el cliente y en este aspecto el oficial mantendrá una evaluación del negocio.

Monto

Según Zambrano W (2002, p. 37) “Los montos de los préstamos tendrán una relación directa con la capacidad de pago del solicitante, así como con los riesgos a los que el prestatario se pueda enfrentar en el transcurso de sus actividades micro empresariales”

Plazo

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Plazo> “El plazo, es tiempo legal o contractualmente establecido que ha de transcurrir para que se produzca un efecto jurídico”

GARANTÍAS

Según el Diccionario de Contabilidad y Finanzas (2002, p. 110) define a garantía “Prenda acción y efecto de afianzar lo comprometido, cantidad o cosa utilizando como cobertura de un riesgo. Documento escrito que el vendedor o fabricante de un producto entrega al comprador del mismo, en el que se compromete a subsanar, reponer o sustituir el bien objeto de la compra-venta durante un determinado intervalo temporal en caso o según

Naranjo L (2001, p. 26) con respecto a garantías menciona:

La garantía constituye un instrumento de persuasión psicológica al prestatario, por lo tanto, su cuantía se relativiza con el análisis, previo al otorgamiento del crédito, profundo exhaustivo y concienzudo por parte del oficial de crédito.

Para la elección de la garantía se tendrá en cuenta el monto del préstamo, el plazo y el nivel socioeconómico del solicitante, las garantías podrán ser personales, prendarias o hipotecarias, si el caso lo requiere.

La valoración de las garantías será responsabilidad del oficial de crédito, pudiendo existir casos en los que amerite la tasación por un especialista autorizado

Considero que garantía es una forma de garantizar que el deudor va a cancelar una obligación, caso contrario, la garantía cubrirá la deuda.

TIPOS DE GARANTÍA.

Una garantía es un negocio jurídico mediante el cual se pretende dotar de una mayor seguridad al cumplimiento de una obligación o pago de una deuda.

Las garantías son muy importantes para los consumidores. Permiten tener la certeza de que, en caso de vicios o defectos que afecten el correcto funcionamiento del producto, los responsables se harán cargo de su reparación para que el producto vuelva a reunir las condiciones óptimas de uso.

GARANTÍA QUIROGRAFARIAS.

Quirografarias Según el Diccionario de Contabilidad y Finanzas (2002, p. 110) define a garantía personal “Al cumplimiento de una obligación garantizada por otra persona distinta al deudor principal, obligándose este a responder también por la obligación”

Puede ser socio o no de la cooperativa, persona solvente moral y económicamente, con actividad económica estable y domicilio propio.

Ante el eventual incumplimiento del deudor, el aval o los avales responderán solidariamente con los depósitos que tuviere en la cooperativa y / o sus bienes personales, hasta la total cancelación del crédito más intereses y gastos.

Los socios de la cooperativa, podrán prestar aval hasta a dos socios, previa calificación con respecto a garantía prendaria menciona: La prenda que respalde el crédito puede ser industrial o vehicular, en ambos casos el propietario deberá acreditar su legitimidad y que esté libre de todo gravamen. Tratándose de prenda vehicular, además deberá acreditarse prohibición de enajenar a nivel de la Policial Nacional. Toda prenda está sujeta al avalúo comercial. La prenda quedará formalizada con la inscripción en el Registro de la Propiedad Consisten en prestar un aval o dar una garantía quirografaria. El aval puede ser un familiar o un amigo que demuestre solvencia económica para cubrir el pago del préstamo en caso de que el deudor falle y firme para aceptar su compromiso. La quirografaria es la establecida únicamente por la firma del otorgante, en este caso responde del adeudo con todo su patrimonio

GARANTÍA HIPOTECARIA

Según el Diccionario de Contabilidad y Finanzas (2002, p. 110) define a garantía “Está constituida por bien inmueble, terreno, casa, departamento, edificio, finca. El bien propuesto para hipoteca, preferentemente deberá estar ubicado dentro del radio de la influencia operativa de la cooperativa. El dueño del bien propuesto a hipotecar deberá acreditar su propiedad y que esté libres de todo gravamen”

GARANTÍA PRENDARIA.

Según Eugenio Bahilla (2010, p.63) La garantía prendaria se constituye sobre un bien mueble transfiriendo la posesión al prestamista que adquiere el derecho a enajenarlo en caso de incumplimiento, para resarcirse del importe adeudado. Puede tratarse de una garantía prendaria sin desplazamiento de prenda en la que el bien no pase a poder del acreedor. Las valoraciones para fijar el límite de crédito se fundamentan esencialmente en el valor de liquidación que pueden alcanzar los bienes en prenda.

CRÉDITO

Torres P (2010, p. 24) Gestión Financiera” La palabra crédito viene del latín creditos (sustantivación del verbo cederé: creer), que significa "cosa confiada ".Así " crédito" en su origen significa entre otras cosas, confiar o tener confianza. Considerará crédito, el derecho que tiene una persona acreedora a recibir de otra deudora una cantidad en numerario entre otros.

Indica que un acreedor presta cierta cantidad de dinero a un deudor por la garantía o confianza en la posibilidad, voluntad y solvencia de que cumpla en el plazo así mismo menciona que la función del crédito es poner a disposición de las personas físicas o jurídicas dedicadas a actividades de producción y consumo.

Según Alcaide, J. (2006, p.45) es la posibilidad de obtener dinero, bienes o servicios sin pagar en el momento de recibirlos a cambio de una promesa de pago realizada por el prestatario de una suma pecuniaria debidamente cuantificada en una fecha en el futuro.

Según Brachfeld, P. (2009, p. 67) es un contrato por el cual una entidad financiera pone dinero a disposición del cliente hasta un límite señalado y por un plazo determinado percibiendo periódicamente los intereses de las cantidades dispuestas y las comisiones fijas.

CLASES DE CREDITO

❖ Créditos comerciales

Según el Manual de crédito de la COAC Riobamba (1991, p.21-22) Se entiende por créditos comerciales, todos aquellos otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo financiamiento está dirigido a las diversas actividades productivas que demanda la economía. En este segmento se incluye a la microempresa en cualquiera de los diversos sectores de la economía. Las características concretas de esta clase de activos son:

La fuente de repago proviene del flujo del negocio y de la actividad comercial.

Orientados a financiar proyectos de inversión Orientados a incrementar capital de trabajo o activos fijos Orientados a solventar las diversas necesidades empresariales a las que están dedicados los deudores propietarios de las microempresas.

Para el fortalecimiento de la actividad productiva de la persona natural o jurídica

Entre otras, se contempla a las actividades comprendidas en los segmentos; artesanales; manufactureros; agroindustriales; crianza de animales; servicios de transporte; servicios profesionales; actividades establecidas para la compra y venta de bienes y/o servicios.

Según la Reyes. J (2009, p.130), Créditos comerciales, todos aquellos otorgados a sujetos de crédito, cuyo financiamiento esté dirigido a las diversas actividades productivas. Las operaciones de tarjetas de crédito corporativas, se considerarán créditos comerciales”

CREDITO COMERCIAL

Es el aplazamiento en el pago que las entidades financieras les conceden a las empresas (clientes) en una transacción comercial de compra/venta de bienes y/o servicios. Dentro de la definición del crédito comercial debemos resaltar que son otorgados a empresas de todos los tamaños y generalmente son usados para cumplir compromisos con el capital de trabajo, la adquisición de bienes, el pago de servicios, la refinanciación de pasivos con otras entidades, el pago de proveedores, entre otros.

<http://www.hipocredito.com/credito-comercial.html>

CRÉDITOS DE CONSUMO

Se entiende como crédito de consumo, a los otorgados a personas naturales que tenga por destino la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios, que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas.

Son créditos de consumo los otorgados por las instituciones controladas a personas naturales que tengan por destino la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios, que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, entendiéndose por éste él.

<http://www.credito-consumo.es/>

CREDITO DE CONSUMO

Según Alcaide, J. (2006, p.32)

Se encuentran todas aquellas operaciones de crédito destinadas a satisfacer necesidades personales. Se trata de créditos solicitados por un consumidor cuyo destino es la

financiación de la adquisición de un automóvil, un televisor, los muebles de una casa, los gastos de una boda, realización de viajes.etc.

CRÉDITO CONSUMO

Según Lozada F (2003, pág. 6) los créditos de consumo desde el punto de vista del ente controlador y detalla algunas condiciones que deben reunir estas operaciones para su posterior calificación de cartera y la consecuente normativa para calcular la provisión requerida para posibles créditos incobrables, sin embargo, desde la óptica de la entidad bancaria especializada en el otorgamiento de los créditos de consumo.

CREDITO DE CONSUMO

Definición: Es un préstamo a corto o mediano plazo que se otorga para obtener dinero de libre disposición. Normalmente los clientes lo utilizan para financiar la compra de bienes de consumo (por ejemplo, electrodomésticos) o el pago de servicios.

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Cr%C3%A9dito-De-Consumo/1824876.html>

CRÉDITOS PARA LA VIVIENDA

Los otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de vivienda propia, siempre que se encuentren amparados con garantía hipotecaria y hayan sido otorgados al usuario final del inmueble; caso contrario, se considerarán como comerciales.

[ww.superfinanciera.gov.co/Normativa/doctrinas2004/viviendaintercredv126.htm](http://www.superfinanciera.gov.co/Normativa/doctrinas2004/viviendaintercredv126.htm).

CRÉDITOS PARA LA VIVIENDA

Según Lira, P (2009, p.56) El precio de la vivienda para considerarla de interés social. Sistema de financiación de vivienda; proyecciones del comportamiento de los créditos de vivienda para información clara de los deudores.

CRÉDITOS PARA LA VIVIENDA

Según Kratzer, C. (2005, p. 78) son aquellas operaciones de crédito otorgadas a personas naturales para la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de vivienda propia, siempre que se encuentren caucionadas con garantía hipotecaria y hayan sido otorgadas al usuario final del inmueble; caso contrario, se considerarán como operaciones de crédito comercial, de consumo o microcrédito según las características del sujeto de crédito y del monto de la operación.

GESTIÓN DE LA CALIDAD

Según César Comisión Soria Cruz y Tomás Gonzales (1989, p. 211) define a gestión de la calidad “Es un sistema que relaciona un conjunto de variables relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, práctica y técnicas para la mejora de la calidad. Así pues el contenido de los distintos enfoques de gestión de la calidad se distingue por tres dimensiones “

Los 8 Principios básicos de la gestión de la calidad o excelencia

- A. Organización enfocada a los clientes
- B. Liderazgo
- C. Compromiso de todo el personal
- D. Enfoque a procesos
- E. Enfoque del sistema hacia la gestión
La mejora continua
- F. Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones
- G. Relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores

La Norma ISO 9004 (Gestión o Administración de la Calidad) El interés de una empresa para tener éxito es proporcionar un producto o servicio que:

- Satisfagan una necesidad

- Satisfagan las expectativas de los clientes
- Cumplan con las normas y especificaciones aplicables
- Tengan precios competitivos
- Se obtengan a un costo que proporcione beneficios

Para poder cumplir con lo descrito anteriormente la empresa debe organizarse de tal manera que los factores técnicos ,administrativos y humanos que afecten a la calidad de los productos ,estén perfectamente controlados ,dicho control debe ser enfocado hacia la reducción ,eliminación y lo que es más importante a la prevención de las deficiencias de la calidad ,para esto es necesario establecer claramente una política de calidad ,los objetivos ,las responsabilidades de cada uno de los miembros de la organización la planificación ,control ,aseguramiento y mejoramiento de la calidad . Considero que la gestión de la calidad viene hacer la manera como procede la entidad en sus diferentes procesos para lograr sus objetivos en términos de eficiencia y efectividad

GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.

Se requiere de un sistema que gestione la calidad de los servicios. Aquí es pertinente establecer el ciclo del servicio para identificar los momentos de verdad y conocer los niveles de desempeño en cada punto de contacto con el cliente.

La gestión de calidad se fundamenta en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o frustración de los momentos de verdad propios del ciclo de servicio.

Se considera Cliente interno a los departamentos de la empresa que solicitan un producto o servicio a otro departamento de la misma empresa.

El cliente externo es quien compra los productos o servicios a la empresa, sin necesariamente tener relación con esta.

Por lo mismo la calidad total es un proceso al cual se suman esfuerzos para alcanzar una meta establecida y superarla de forma relevante y mejorar el producto o servicio a oferta.

La calidad total puede ser definida en dos palabras: "**Mejora continua**".

GESTIÓN DE LA CALIDAD

Es el conjunto de actividades de la función empresaria que determina la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades y las implementa por medios tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y el mejoramiento de la calidad, en marco del sistema de la calidad.

Planificación de la Calidad

Son las actividades que establecen los objetivos y los requisitos para la calidad así como los requisitos para la aplicación de los elementos del sistema de la calidad.

Ésta abarca:

- a) **Planificación del Producto:** identificación, clasificación y ponderación de las características relativas a la calidad así como el establecimiento de los objetivos, de los requisitos para la calidad y de las restricciones.
- b) **Planificación administrativa y operativa:** preparación de la aplicación del sistema de la calidad, incluyendo la organización y la planificación.
- c) **Preparación de planes de la calidad** y el establecimiento de disposiciones para el mejoramiento de la calidad.

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/46/concalidad.htm>

SERVICIO AL CLENTE

Según Pérez Gonzalo (2004, p. 78), es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción.

Funciones del departamento de servicio al cliente son:

- Crear y mantener la relación con cada cliente y entenderlo.
- Coordinar los equipos internos y externos que participan en la elaboración de la campaña.
- Hacer presentaciones de agencia y de campaña.

SERVICIO AL CLIENTE

Según Domínguez H. (2006, p.100) Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un proveedor con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Elementos Del Servicio Al Cliente

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Correspondencia
- Reclamos y cumplidos

SERVICIO AL CLIENTE

Según Zeithmal V (2001, p. 171) Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad

El Ciclo del servicio

“Los objetivos de la estrategia de servicios debe cubrir los siguientes factores:

1. Calidad del servicio
2. Servicio al cliente
3. Beneficios del servicio
4. Garantía de servicio
5. Atención a los clientes)

CALIDAD

Según Luis Andrés Arnauda Sequera Define la norma ISO 9000 "Conjunto de normas y directrices de calidad que se deben llevar a cabo en un proceso".

Es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>

CALIDAD

Según Gutiérrez H (2009, p. 7-11) Define: Calidad, es la cantidad, grado y oportunidad en que el producto o servicio prestado satisface la necesidad del usuario o cliente. Se refiere a los procesos sistemáticos utilizados por la institución para asegurar la ejecución o entrega de sus productos o servicios, cada vez con mejor calidad; se evalúa además el control de dichos procesos y su mejoramiento continuo, de modo de asegurar la entrega de servicios y/o productos; y/o el cumplimiento de programas de manera que satisfagan crecientemente al usuario y aseguren el uso eficiente de los recursos institucionales.

CALIDAD

Calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes de un producto, sistema o proceso cumple con requerimientos de los cliente y de otras partes interesadas” Aspectos de un producto o servicio que más influyen en su calidad.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>

Los principales criterios para alcanzar la calidad son:

- ❖ Satisfacción de las expectativas de los clientes.
- ❖ Cumplimiento permanente de las normas.

Características de la calidad

- **Productividad.-** Es la capacidad de generar resultados utilizando ciertos recursos, se incrementa maximizando resultados y optimizando recursos (eficiencia y eficacia).
- **Variabilidad.-** Se refiere a la diversidad de resultados de una variable o de un proceso En mi opinión Calidad es el grado de cumplimiento con eficiencia, efectividad y productividad las expectativas del cliente interno y externo, en cuanto a tiempo y servicio.,

Claves de la Calidad

- **Identificación empresarial:** formulación, creación y desarrollo de la Visión y la Misión de Calidad
- **Trabajo en función del cliente:** interpretación de sus necesidades, diseño interpretativo, creatividad para satisfacer sus necesidades y demandas.
- **Trabajo en equipo:** crear un buen ambiente de trabajo, coordinación, comunicación, objetivos comunes, liderazgo para lograr una sinergia que permita satisfacer más rápido y mejor las demandas y necesidades del cliente.
Factores esenciales para introducir el Control Total de Calidad
- **Conciencia:** en todos los niveles de la organización
- **Trabajo en equipo:** es el pilar de la Calidad, trabajar en mutua cooperación y sin autoritarismo.

CALIDAD DE SERVICIO

Según Robert Sierra R (2007, p. 3). La Calidad es satisfacción y precios competitivos para el cliente, y rentabilidad y sostenibilidad para la empresa”. Calidad es un concepto manejado con bastante frecuencia en la actualidad, pero a su vez, su significado es percibido de distintas maneras. Al hablar de bienes y/o servicios de calidad, la gente se refiere normalmente a bienes de lujo o excelentes con precios elevados.

CALIDAD DE SERVICIO

Según la Norma ISO 9000:2000 Sistemas de Gestión de Calidad – Conceptos y vocabulario Define “La calidad de un servicio resulta más subjetivo e impreciso que definir la calidad de un producto. El producto tangible existe antes de entregarlo al cliente y se puede inspeccionar y medir sus variables, mientras que el servicio se produce y entrega en el mismo acto, por lo que debe prestarse con la calidad requerida sin posibilidad de sustitución. Como la belleza, la calidad de un servicio “depende del color del cristal con el que se mira”. La calidad de servicio es responsabilidad de toda la organización. Empleados, mandos dirigentes y todas aquellas personas que están en contacto con la clientela, deben participar unidos en una vasta búsqueda organizada de errores, que sólo conseguirá llegar a cero defectos si todos la suscriben con el mismo entusiasmo. La diferencia entre calidad del servicio y satisfacción no está del todo clara, si bien se ha generalizado la idea de que la primera se obtiene tras una larga y completa evaluación, mientras que la segunda es la medida de una transacción específica.

Características del servicio de calidad:

- Debe cumplir sus objetivos.
- Debe servir para lo que se diseñó.
- Debe ser adecuado para el uso.
- Debe solucionar las necesidades.

CALIDAD DE SERVICIO

Según. Harley, Roberta F. (1996, p.502) La calidad del servicio es producir los bienes y servicios que se demandan con el menor coste posible para la sociedad. El servicio es una tarea o actividad instrumentada que se efectúa para un cliente y/o una actividad llevado a cabo que implica la participación del consumidor, como el uso, más no la propuesta de los productos o instalaciones de una organización.

El servicio es un acto llevado a cabo por una persona u organización por cuenta de otra, en mercadotecnia un establecimiento de un servicio es un negocio que tiene como propósito la satisfacción de los requerimientos del consumidor, llevando a cabo actos por los cuales un consumidor está de acuerdo a pagar un precio.

El servicio es una oferta intangible, objeto de transacción que se incorpora a un producto y forma parte inesperable de él.

Mientras que el servicio al cliente se trata de aquella parte de la organización empresarial que se dedica a satisfacer las necesidades del cliente que los requiere, este aspecto resulta complementario a la venta del producto. Ediciones Culturales. (1999).

El servicio al cliente son todos los ofrecimientos de valor para los clientes de una firma fuera del producto en sí. Si bien los servicios a los clientes incluyen diversos aspectos tales como: ventas garantizadas, protección contra cambios de precio, entregas más rápidas y confiables, exhibiciones para los distribuidores y ayudas de entrenamiento para el personal del cliente.

COMPONENTES DEL SERVICIO DE CALIDAD:

Un servicio de calidad incorpora todos los componentes en él para obtener la máxima satisfacción en la experiencia del cliente.

<http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no13/10componentes.htm>

EFFECTIVIDAD

Es la capacidad de lograr un efecto deseado, esperado o anhelado.

En cambio, eficiencia es la capacidad de lograr el efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles viable.

Eficacia + eficiencia = efectividad.

<http://manualingenieriaindustrial.blogspot.com/2008/09/componentes-bsicos-para-brindar-un-buen.html>

EFFECTIVIDAD

Según López C (2004 pág. 56) Es el logro de los resultados propuestos en forma oportuna. Es el óptimo empleo y uso racional de los recursos disponibles (materiales, dinero, personas), en la consecución de los resultados esperados.

Es la conjunción de eficacia y eficiencia. Se le define como la óptima relación existente entre los productos, servicios o resultados alcanzados y el uso que se hace de los recursos.

http://www.google.com.ec/#hl=es&tbo=d&q=definicion+efectividad+eficacia+y+eficiencia&oq=definicion+EFFECTIVIDAD+&gs_l=serp.1.2.0i1318j0i

EFICIENCIA

Según Geoff Tennant (2010 ,p. 99) Eficiencia es la capacidad de lograr el efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles viable.

EFICIENCIA

Es resultado alcanzado y los recursos utilizados. Dado que las necesidades y expectativas de los clientes son crecientes y debido a las presiones competitivas y a los avances técnicos,

las organizaciones deben mejorar continuamente sus productos/servicios y los procesos para producirlos.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Efectividad>

EFICACIA

Según López C (2004, p. 56), Son los resultados que brindan los efectos deseados, en otras palabras, es la relación entre los servicios o productos generados y los objetivos y metas programadas; es decir; entre los resultados esperados y los resultados reales de los proyectos, programas u otras actividades.

La eficacia determina comparando lo realizado con los objetivos previamente establecidos, o sea la medición del cumplimiento de objetivos y metas. Se mide la eficacia investigando las necesidades de sus clientes actuales y potenciales, como también del desempeño de los competidores actuales y potenciales, la permanente relación con los clientes, la consulta de su grado de satisfacción y la respuesta a sus reclamos y sugerencias.

EFICACIA

Según La **Norma ISO 9000**: Sistemas de gestión de la calidad – Fundamentos y vocabulario define “eficacia como la extensión en la que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados.

EFICACIA

Según Díaz J. (2008. p, 67) Capacidad de lograr los objetivos y metas programadas con los recursos disponibles en un tiempo predeterminado. Capacidad para cumplir en el lugar, tiempo, calidad y cantidad las metas y objetivos establecidos.

LOS 10 COMPONENTES BÁSICOS DEL BUEN SERVICIO

SEGURIDAD: sólo está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.

CREDIBILIDAD: va de la mano de la seguridad, hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta.

COMUNICACIÓN: se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad, seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente - empresa.

COMPRENSIÓN DEL CLIENTE: no se trata de sonreírles en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea en un esfuerzo por ponernos en su lugar.

ACCESIBILIDAD: para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente como en el sitio web (si se cuenta con él), línea 800,... además, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia sino de establecer acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

CORTESÍA: atención, simpatía, respeto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindamos una gran atención.

PROFESIONALISMO: posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerda que no sólo las personas que se encuentran en el Frontline hacen el servicio.

CAPACIDAD DE RESPUESTA: disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean solucionados, debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones nuestros clientes.

FIABILIDAD: es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contratemos ni problemas, este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.

LAS 4 "C" EN EL MERCADEO DE SERVICIOS

Es sumamente importante para nuestro éxito dentro del mercado tan competitivo que enfrentamos día a día, las "4c" que son: **cliente, comodidad, comunicación y costo.**

El cliente: es la persona que puede satisfacer una necesidad a través del servicio, que brinda nuestra empresa, y por esto es vital contar con la absoluta disposición de complacerlo; es decir, diseñar el servicio en la medida de lo posible, de acuerdo con sus necesidades: si lo hacemos mejor que nuestra competencia, el cliente se va a sentir satisfecho con nuestros servicios y será leal a la empresa.

La comodidad: se refiere a que se debe contar con un buen servicio, ese es el primer paso para atender las expectativas del consumidor; pero además deben brindarse al cliente comodidades para que este se sienta satisfecho, la lista de comodidades que se pueden brindar es sumamente amplia; puede ser un personal amable y capacitado que atienda al cliente con cortesía y eficiencia, centros de atención al cliente agradables, contar con suficientes puntos de venta, ofrecer servicios personalizados, entre otros. Cada empresa

debe esforzarse por conocer a sus clientes, saber qué aspectos del servicio les proporcionan mayor comodidad y ofrecerlos.

La comunicación: mediante esta se divulga y promueve el servicio que se quiere vender, lo cual implica informar y persuadir al comprador; "es el momento de la seducción, que trata de entusiasmar al cliente para que compre el servicio." Los medios idóneos para comunicar el servicio son aquellos que generen la mayor cantidad de clientes al menor costo.

El costo: establecer el precio de los bienes terminados es más fácil que con los servicios, porque los bienes son productos homogéneos que se realizan bajo procesos que se repiten de la misma manera una y otra vez, los servicios, en cambio, son brindados por proporcione.

Cobra Marcos, Marketing de servicios; estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación Editorial: Mc Graw Hill, Segunda edición.

SATISFACCIONES AL CLIENTE.

Dublín J. (2008, p.238) La satisfacción al cliente mejora su salud física y mental mientras que la insatisfacción genera tensiones negativas.

Factores Fundamentales de Satisfacción

Según, Zapata P (2008, p.432). Se identifican cuatro factores básicos y fundamentales para lograr la satisfacción del cliente, siendo estas: las variables relacionadas con el producto, las variables relacionadas con las actividades de ventas, las variables relacionadas con los servicios post-venta y las incluyen cosas como garantías, repuestos y servicios, retroalimentación, atención de quejas y las actitudes de respuesta a los problemas planteados por los clientes.

FORMAS DE LOGRAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- ✚ Ofrecer un producto de calidad: ofrecer un producto que cuente con insumos de primera, que cuente con un diseño atractivo, que sea durable en el tiempo, que satisfaga necesidades, gustos y preferencias.
- ✚ Cumplir con lo ofrecido: procurar que el producto cuente con las características mencionadas en la publicidad, hacer efectivas las promociones de ventas, respetar las condiciones pactadas, cumplir con los plazos de entrega.
- ✚ Brindar un buen servicio al cliente: ofrecer una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención.
- ✚ Ofrecer una atención personalizada: ofrecer promociones exclusivas, brindar un producto que satisfaga necesidades particulares, procurar que un mismo trabajador atienda todas las consultas de un mismo cliente.
- ✚ Brindar una rápida atención: brindar una rápida atención al atender un pedido, al entregar un producto, al brindar un servicio, al atender y resolver los problemas, quejas y reclamos del cliente.
- ✚ Resolver problemas, quejas y reclamos: atender y resolver problemas, quejas y reclamos de manera rápida y efectiva.

SERVICIO

Según Muller Lamán (. 2006, p. 55) es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un cliente.

Según Kotler, P (2004, p. 46) “Un servicio por lo tanto es cualquier acto o desempeño que una persona ofrece a otra y que en principio es intangible y no tiene como resultado la transferencia de la propiedad de nada. La producción del mismo podrá estar enlazada o no a la de un bien físico

CLIENTE

Según Ginebra Joan y Rafael Arana de la Garza (1992, p. 127) es aquel individuo que, mediando una transacción financiera o un trueque, adquiere un producto y/o servicio de cualquier tipo (tecnológico, gastronómico, decorativo, mueble o inmueble, etcétera). Un cliente es sinónimo de comprador o de consumidor y se los clasifica en activos e inactivos, de compra frecuente u ocasional, de alto o bajo volumen de compra, satisfecho o insatisfecho, y según si son potenciales. El vendedor o encargado de marketing debe asegurarse de tomar en cuenta tanto las necesidades como las expectativas de cada cliente.

CLIENTE

Según Wellington P (2000, p. 92) Es "una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final"

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

<http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

CLIENTE

Según Philip Kotler (2004, p. 34) es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía,

<http://www.definicionabc.com/general/cliente.php>

NIVEL DE SATISFACION

Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm>

2.5. Hipótesis

La implementación de un manual de proceso de microcrédito en el otorgamiento permitirá mejorar la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan, de la parroquia Salasaka Cantón Pelileo.

2.6. Variables

X= Proceso de microcrédito

Y= Calidad de servicio

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

31. ENFOQUE

De acuerdo al paradigma crítico – propositivo, seleccionado en la fundamentación filosófica, la realización del proyecto de investigación se encuentra orientada en un enfoque cualitativo en este tipo de investigación recoge la información de un sector determinado para la realización de cambios en dicho sector.

Asimismo determina cualidades básicas del problema de investigación en cuanto al reconocimiento de hechos, procesos, estructuras y personal del ambiente en donde se desenvuelven la cooperativa.

La utilización de herramientas de investigación como la encuesta, recoger y analizar datos cuantificándolos sobre las variables en estudio a contribuir racionalmente el problema de estudio en su totalidad. La misma que permitirá solucionar el problema dando las mejoras alternativas de solución para cooperativa, en donde se mejora la calidad de servicio a los socio / clientes.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El presente perfil de investigación se desarrollará con la aplicación de dos modalidades de investigación como la bibliográfica o documental y la de campo.

De igual forma se basará en una investigación de campo, ya que ayudará a recolectar información de primera mano, puesto que esta modalidad accede a que el investigador tenga.

Para la presente investigación emplearemos las siguientes modalidades de investigación.

3.2.1 Investigación Bibliográfica – Documental

Este tipo de investigación se usa para tener respaldo científico el cual guiara para interpretar los resultados que se conseguirán a través de libros, tesis, internet, la misma que aportarán de alguna manera a la consecución de los objetivos del tema propuesto.

3.2.1 Investigación de Campo

Este tipo de investigación es muy importante ya que por medio de ella se obtendrá y almacenar investigación de tipo primaria del mismo modo que se estará en contacto directo con la realidad del hecho que se suscitan en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan de la, parroquia Salasaka Cantón Pelileo.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se va utilizar es la investigación exploratoria y descriptiva.

3.3.1 Investigación Exploratoria

Esta investigación nos ayudara a plantear el problema alta insatisfacción al cliente en servicio de la cooperativa porque es necesario tener una relación con la realidad del problema que afectan a la misma en la actualidad.

3.3.2 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva detalla las características más esenciales del problema en estudio, es decir nos ayudara a describir y detallar como es y cómo se manifiesta.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población y muestra se la tomara a los clientes externos de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan de la parroquia Salasaka.

Cientes de cooperativa	N°
Cientes externo /socio	800
Total	800

FORMULA DE APLICACIÓN

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

Simbología:

n: Tamaño de la muestra

N: Población

Q: Probabilidad de no ocurrencia 1-0,5

P: Probabilidad de ocurrencia 0,5

Z: Nivel de confianza 95%

e: Error muestreo.

Datos: n: ?

N: 400

σ^2 : 0.25

Z: 1.96

E : 0.05

Aplicando los datos en las fórmulas correspondientes, se obtiene:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0.5)(0.5)(400)}{(1,96)^2 (0.5)(0,5) + (400)(0,05)^2}$$

$$n = 384,16 / 1.9604$$

$$n = 195.96$$

$$n = 195.96$$

$$n = 195$$

n= 195 Es decir que ciento noventa y cinco socios que accedieron a los microcréditos serán encuestados.

En conclusión se ha visto que al aplicar la fórmula ji cuadrada por la razón que las dos variables independientes y dependiente son cualitativa.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro 1: Variable Independiente: Proceso de Microcrédito

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEM	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>Los procesos de microcréditos conceptualiza como: Es una serie de pasos debidamente sistematizados tanto en la etapa previa como en la etapa posterior al otorgamiento de crédito. Todo eso permite mejorar los elementos de proceso ,capacidad , y la calidad de servicio a los clientes</p>	<p>MICROREDITO</p> <p>PROCESO</p> <p>SERVICIOS</p>	<p>Tiempo otorgamiento: Agilidad</p> <p>Solvencia financiera.</p> <p>Documentos de solicitud</p> <p>Elemento de procesos:</p> <p>La forma de pago</p> <p>Requisitos</p> <p>Garantías</p> <p>Capacidad</p> <p>Encaje.</p> <p>ATENCIÓN AL CLIENTE:</p> <p>Cliente</p> <p>Eficiente</p>	<p>¿Cuánto tiempo se demoran en los trámites solicitados de microcrédito en la cooperativa?</p> <p>¿Cuál de los elementos de proceso de microcréditos se debe mejorar en la cooperativa?</p> <p>¿Cuál es la capacidad del monto que le permitieron adquirir en un microcrédito emergente solicitado en la cooperativa?</p> <p>¿La información que le brindó el asesor de crédito a acerca a los requisitos y condiciones para acceder al microcrédito fue?</p> <p>¿Las formas de pago que usted adquiere en los microcréditos son?</p>	<p>ENCUETAS</p>

FUENTE: Fundamento teórico

ELABORADO POR: Nancy Masaquiza M

Cuadro 2: Variable dependiente: Calidad de Servicio

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEM	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>La calidad de servicio se conceptualiza como: Es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer la necesidad de los clientes. Representa, al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad.</p> <p>La cual radicara en los siguientes aspectos importantes para el otorgamiento de microcrédito: son la siguiente las necesidades, las garantías y calidad de servicio a los clientes y socio de la cooperativa.</p>	<p>Tipos de microcréditos</p> <p>Garantías</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>Nivel satisfacción</p>	<p>NECESIDADES: Vivienda Comercial Agrícola Consumo</p> <p>Tipos de garantías: Hipotecaria Personal Prendario Quirografaria</p> <p>Atención al cliente: Satisfacción</p> <p>Motivos a retornar a utilizar el servicio: Ubicación Agilidad en los procesos de microcréditos Formas de pago Condiciones Imagen corporativa</p>	<p>¿Cuál de los tipos de microcréditos usted se acede más para su necesidad en la cooperativa?</p> <p>¿Qué tipo de garantía usted a utilizado en el microcrédito en la cooperativa?</p> <p>¿La calidad de servicio que le prestan en la cooperativa como son?</p> <p>¿Qué le motivo a retornar a utilizar los servicios de microcrédito de la cooperativa?</p> <p>¿Usted a cuantas personas a recomendado para que le solicite microcréditos en la cooperativa?</p>	<p style="text-align: center;">ENCUETAS</p>

FUENTE: Fundamento teórico

ELABORADO POR: Nancy Masaquiza

3.6. Técnicas e Instrumentos

Para la recolección de información se utilizará las siguientes técnicas e instrumentos respectivamente:

Cuadro N° 3 Técnicas e Instrumentos

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
1.- Informe primaria 1. Información secundaria 1.1. Lectura Científica	1.1.1 Observación 1.1.2. Encuestas 1.1.1. Libros 1.1.2. Tesis de Grado 1.1.3. Páginas web

Elaborado por Nancy Masaquiza

3.6. PLAN DE PROCEDIMIENTO

Cuadro: 4 Procedimiento de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para mejorar la calidad de servicio en los procesos de microcrédito.
2. ¿Para quienes?	Para los socios de cooperativa
3. ¿Sobre qué aspecto?	Procesos de microcrédito Calidad de Servicio
4. ¿Quién?	Alumna de la Universidad Técnica de Ambato de la FDA.
5. ¿Cuándo?	Encuesta: Del 23 de abril al 5 de Mayo
6. ¿Dónde?	Cooperativa Mushuc Ñan. Matriz Salasaka.
7. ¿En qué condiciones?	Se considerará las siguientes técnicas: Encuestas

Fuente: Propia

Elaborado por: Nancy Masaquiza M

3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

El procesamiento y análisis de la información se lo realizará de la siguiente manera. Con la finalidad de conseguir coordinación y comprensión del presente tema investigativo, se realizara la respectiva documentación de ideas, conceptos, teorías, que respalde la misma. De igual forma se aplicara encuestas, conforme al área objeto de estudio, que una vez efectuados y codificados los resultados se procederá a procesarlos mediante la ayuda de los programas de computación como: Word, Excel

El análisis e interpretación de la información recolectada, será tabulada con el propósito de facilitar su procesamiento, el cual se presentara a través de cuadros estadísticos y gráficos. Se hará uso de la computadora por la dimensión de los datos.

La presente investigación tuvo el siguiente procedimiento:

Elaboración del instrumento

Validación por expertos

Corrección del instrumento original, acogiendo las observaciones emitidas por los expertos.

Aplicación del instrumento tanto a profesores como estudiantes, tal como se indica en la determinación de la población y muestra

Recopilación de datos en una matriz diseñada para el efecto

El tratamiento estadístico a los datos

Análisis de datos

Representación de los datos mediante gráficos, por indicadores.

Interpretación de resultados.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La información obtenida será narrada en forma ordenada y comprensible, utilizando porcentajes estadísticos que nos ayuden a visualizar de una mejor manera los resultados obtenidos y de este modo realizar un breve comentario en el que se explicará cual fue el resultado final obtenido de las encuestas aplicadas a los socios de cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan de la parroquia Salasaka Cantón Pelileo.

4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS

La interpretación de datos, se la realizó con 195 socios externos a quienes se les aplicó un instrumento de medición estadística como lo son el cuestionario.

PREGUNTA 1. ¿Cuánto tiempo se demoran en los proceso de tramites solicitados de microcréditos en la cooperativa?

Tabla 1: Los proceso de trámite solicitado en el microcrédito

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1-5 DÍAS	30	0,15	15%
5-10 DÍAS	40	0,21	21%
10-15 DÍAS	20	0,1	10%
15-20 DÍAS	50	0,26	26%
MAYOR DE 30 DÍAS	55	0,28	28%
TOTALES	195	1	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

Grafico 3: Los proceso de trámite solicitado en el microcrédito

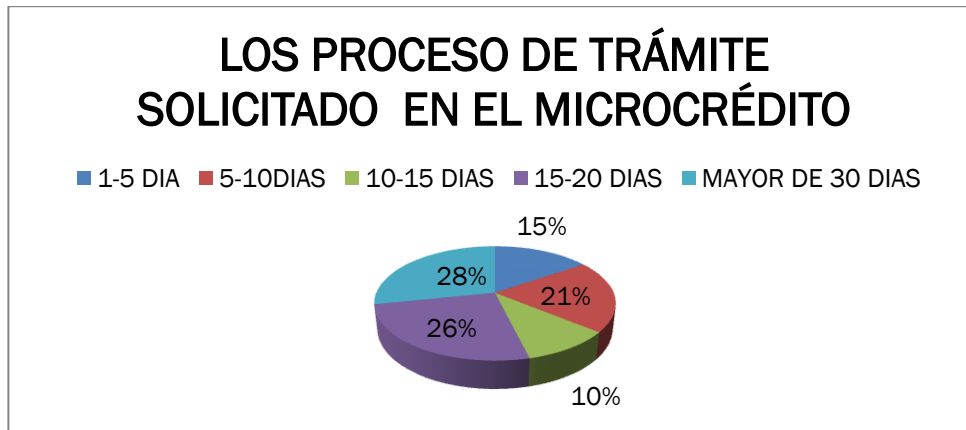


Grafico 3: Los proceso de trámite solicitado en el microcrédito

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

ANÁLISIS

De las 195 personas investigadas ,30 socios equivalente 15% afirman que se demoran de 1 a 15 días para realizar el trámite; 40 socios que equivale 21% afirman que se demoran en realizar el trámite de 5 a 10 días; 20 socios que equivalen a 10% afirman que se demoran de 10 a 15 días; 50 socios equivale a 26% manifiestan que se demoran en realizar el trámite de 15 a 20 días; 55 socios que equivalen al 28% manifiestan que se demoran de mayor a 30 días.

INTERPRETACIÓN

Existe un porcentaje alto de demora en los proceso de microcrédito, que no es considerable para los socio que requieren los microcréditos porque se demoran mucho tiempo para acceder un microcrédito, por la cual la cooperativa debe diseñar diagrama de flujo proceso de microcrédito ágil y oportuno, de esa manera pueda brindar un servicios de calidad a los socios, de misma que satisfaga la necesidad de emprender su propio negocio, la cual deberá ser útil para la cooperativa.

Pregunta 2.- ¿Cuál de los elementos de los procesos de microcrédito se debe mejorar en la cooperativa?

TABLA 2: Elementos de los proceso de microcrédito

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIAS	
		ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
LA FORMA DE PAGO	30	0,15	15%
REQUISITOS	60	0,31	31%
GARANTÍAS	55	0,28	28%
LA TAZA DE INTERÉS	35	0,18	18%
POLÍTICA DE ESTRATEGIAS	15	0,08	8%
TOTALES	195	1	100

Fuente: encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

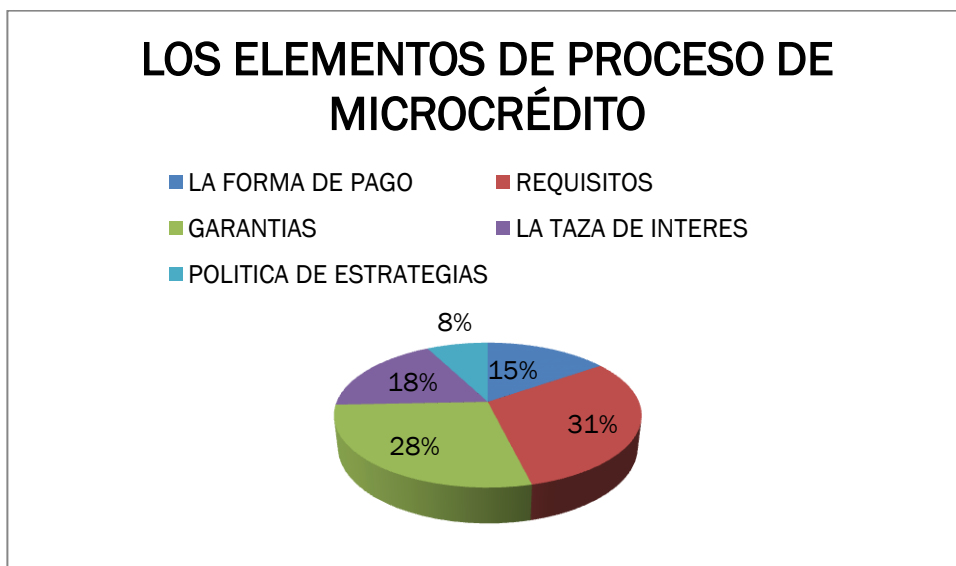


Gráfico 4: Los elementos de proceso de microcrédito

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

ANÁLISIS

De las 195 personas encuestados; 30 socios que equivalen al 15% manifiestan que deben mejorar la forma de pago; 60 socios que equivale al 31% manifiesta que deben mejorar los requisitos; 55 socios que equivalen el 28% manifiestan que deben mejorar la garantía para adquirir microcréditos; 35 socios que equivale el 18% manifiestan que deben mejorar las estrategias de políticas de la cooperativa.

INTERPRETACIÓN

Dado los resultados de que puede evidenciar que los porcentajes de los elementos de proceso de microcrédito se deberán mejorar en los requisitos la cual obtuvo mayor porcentaje, por ende la cooperativa debe fomentar las estrategias de política, en si deberá reducir la documentación, y condición que puedan prestar un servicio de mejor calidad y satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes de la cooperativa, por ende cubrir con la cobertura de los socios y solventar servicios eficientes con la sociedad y de esa manera incrementar la participación en el mercado .

Pregunta 3.- ¿Cuál es la capacidad de monto que le permitieron adquirir en un microcrédito emergente solicitado en la cooperativa?

Tabla 3: Capacidad de Monto que adquieren en un microcrédito

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
500-100\$	75	0,38	38%
1000-1500\$	59	0,3	30%
1500-2000\$	25	0,13	13%
2000-2500\$	23	0,12	12%
MAYOR DE 2500\$	13	0,07	7%
TOTALES	195	1	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

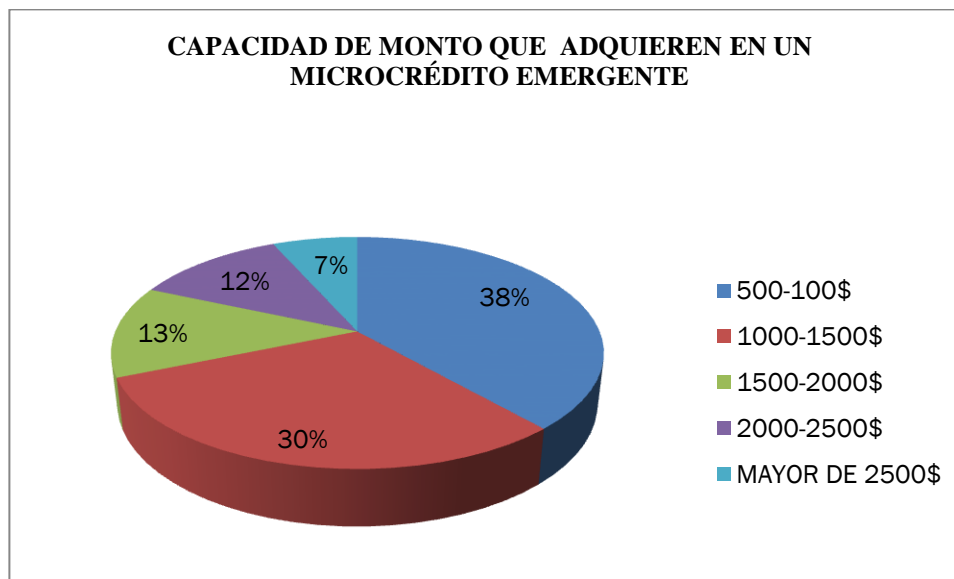


Gráfico 5: Capacidad de monto q adquieren en un microcrédito

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

ANÁLISIS

De las 195 personas encuestadas ,75 socios equivalente 38% afirman solo permitieron adquirir el monto solicitado que es 500-1000, mientras que 30% manifiesta que solo permitieron la base 1000-1500\$,el 13% indica los 1500-2000\$ que lo permitieron requerir ,el 12% adquirir el microcrédito de 2000-2500\$ y por último es el 7% de mayor a mayor 2500\$.

INTERPRETACIÓN

Cabe recalcar en lo referente a los montos de proceso microcrédito emergente que la totalidad de los socios no están conforme con los montos que le permitieron solventar en su necesidad, por ende deben cambiar las normativas de la cooperativa, en la cual prestar sus créditos emergentes, cual la deben facilitar con el monte que socio solicita el microcrédito y dar una oportunidad eficiente a los socios.

Pregunta 4.- ¿la información que le brinda el asesor de crédito a cerca de los requisitos y condiciones de microcrédito fue?

Tabla 4: Los requisitos y condiciones para acceder al microcrédito

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIAS	
		ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
EFICIENTE	26	0,13	13%
CLARO	30	0,15	15%
BUENO	40	0,21	21%
REGULAR	64	0,33	33%
PESIMO	35	0,18	18%
TOTALES	195	1	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

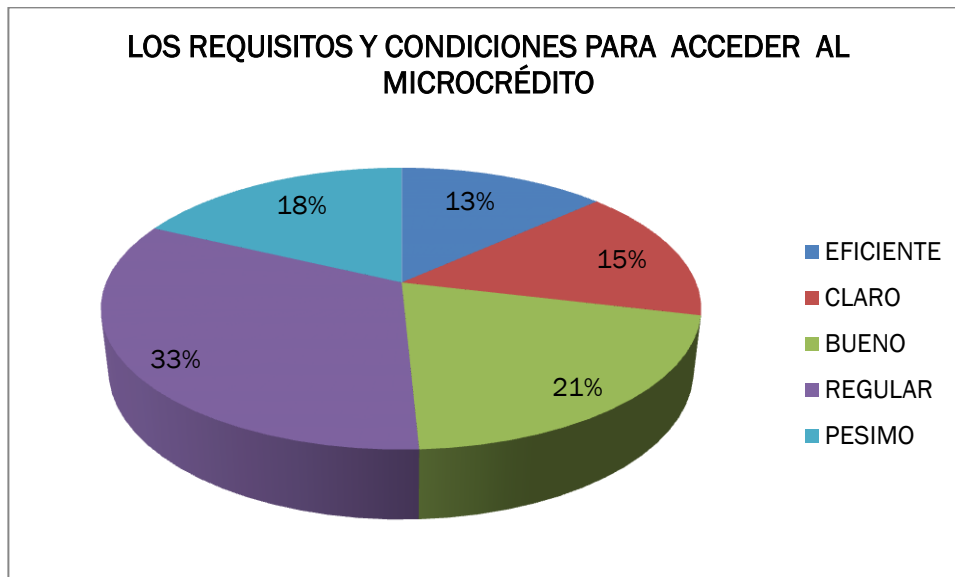


Gráfico 6: Los requisitos y condiciones para acceder al microcrédito

Fuentes: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

ANÁLISIS

Realizadas la tabulación de datos se puede demostrar que el 33% de la información que le brinda es regular por parte del asesor de crédito, en segundo lugar es el 21% que representa la buena información del asesor de crédito, en tercer lugar indica que es 18% es pésimo la información que le brinda el asesor de crédito, cuarto lugar es 15% es claro en la información que le brinda el asesor de créditos y por último es 13% de eficiente en información brindada del asesor de crédito, la misma que tiene muy poco acogida con los clientes .

INTERPRETACIÓN

El servicio que le brindan el asesor de crédito en la mayoría es muy baja en la atención al cliente, que puede perder clientes en la cooperativa, sigue en el mismo paso la cooperativa también podrá salir del mercado financiero, la cual pone inca pie que deben dar capacitación de servicio al cliente al asesor de créditos, la misma que tendrá resultado eficiente, ya es la parte fundamental en imagen de la cooperativa de esa manera brindar un servicio de efectividad a los socios.

Pregunta 5.- ¿Las formas de pago que usted adquiere en los microcréditos son?

Tabla 5: Las formas de pago

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIAS	
		ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SEMANAL	50	0,26	26%
MENSUAL	120	0,61	61%
QUINCENAL	10	0,05	5%
TRIMESTRAL	5	0,03	3%
SEMESTRAL	10	0,05	5%
TOTALES	195	1	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

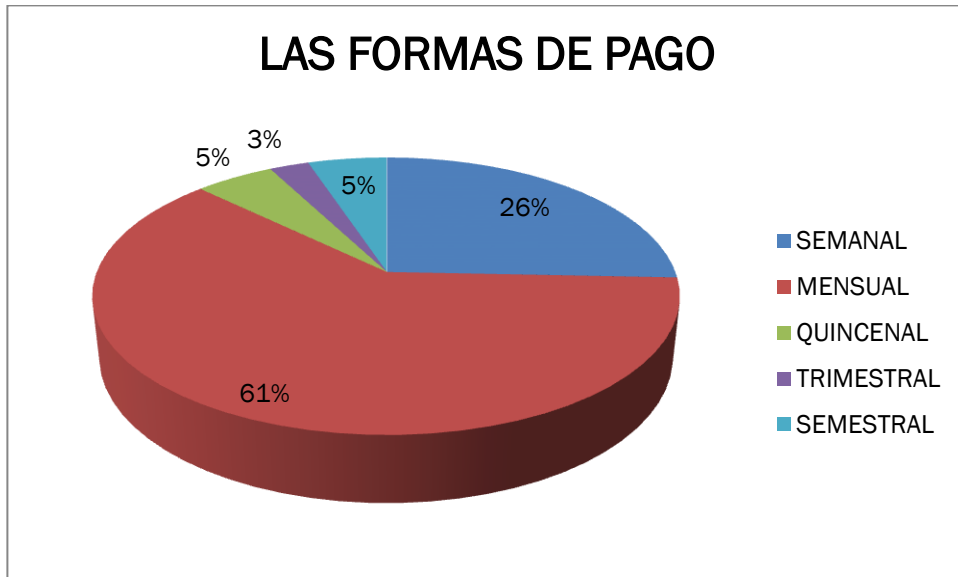


Grafico 7: Las formas de pago

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

ANÁLISIS

De las encuestas realizadas el 61% de los socios respondió las formas de pagos que adquieren son mensuales los microcréditos, 26% corresponde que las formas de pago requieren semanal, el 5% revela que las formas de pagos sean quincenal, 3% manifiestan la forma de pago sea trimestral y mientras que 5% respondió las formas de pagos sean semestral en cuando la encuesta realizada.

INTERPRETACIÓN

De los resultados de encuesta indican, menor porcentaje que se obtuvo es trimestral que debe tomar más interés en esta forma de pago, y se requiere enfocar en la facilidad de opciones de pago para los socios, ya que la misma permitirá mejorar la puntualidad,

responsabilidad de pago de los microcréditos y de la manera evitar morosidad de la cartera vencida, para luego que el socio pueda acceder otro crédito sin ningún contratiempos.

Pregunta 6.- ¿Cuál de los de tipos de microcrédito accede más para su necesidad en la cooperativa?

Tabla 6: Tipos de microcrédito

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
VIVIENDA	63	0,32	32%
CONSUMO	70	0,36	36%
AGRICOLA	13	0,07	7%
COMERCIAL	19	0,1	10%
EDUCACION	30	0,15	15%
TOTALES	195	1	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

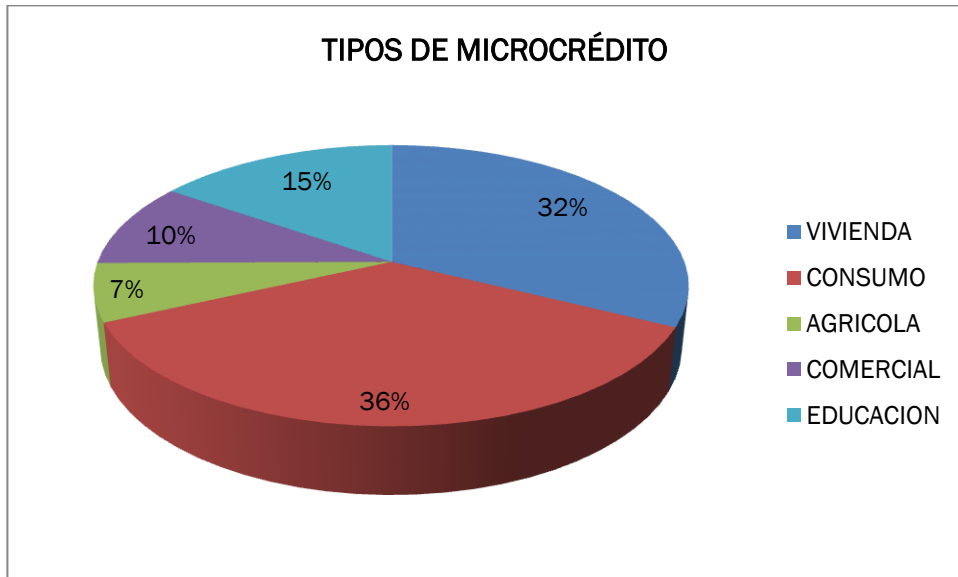


Gráfico 8: Tipos de microcrédito

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

ANÁLISIS

Según la encuesta realizada a los socios están representados de la siguiente manera; 36% indica mayor posibilidad de acceder el microcrédito es consumo ,32% responde que utilizaran el microcrédito para la vivienda, el 15% corresponde para educación ,10% manifiesta el microcrédito de comercial y 7% para la agricultura.

INTERPRETACIÓN

Existe un grupo mayoritario que manifiestan que se utilizaran el microcrédito de consumo para su necesidad, por ende la cooperativa deben pautarse más este tipo sugerencias de los socio y para pueda ejercer la condición cotidiana y de las cuales también los demás tipos de crédito también son importante, la ofrecer un servicio de calidad a los prójimos cliente, que estarán satisfechos con los servicios que le brinda la cooperativa.

Pregunta 7-¿Qué tipo de garantía usted ha utilizado en el microcrédito en la cooperativa?

Tabla 7: Tipos de garantía

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
hipotecario	95	0,49	49%
personal	20	0,1	10%
prendario	31	0,16	16%
Quirografario	37	0,19	19%
Ninguna	12	0,06	6%
TOTALES	195	1	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

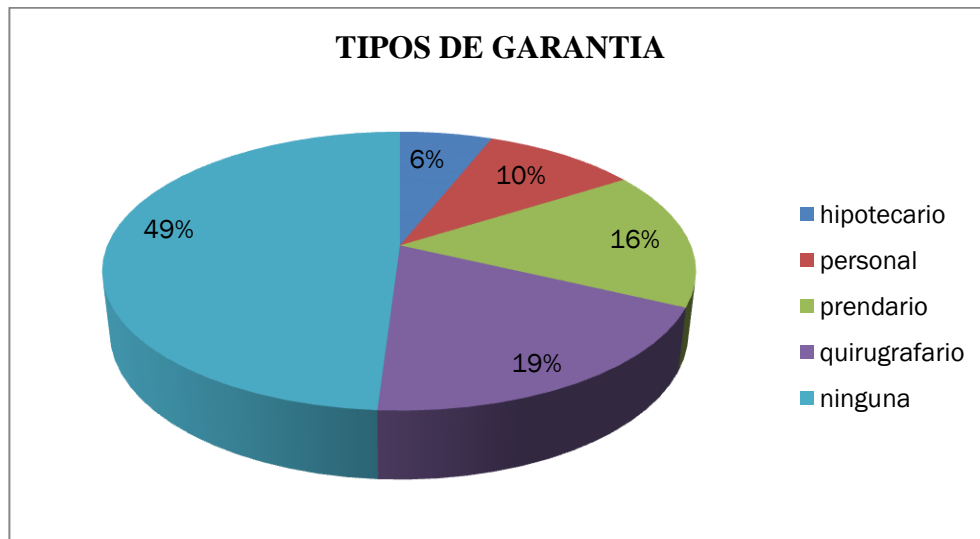


Gráfico 9: Tipos de garantía

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

ANÁLISIS

Al consultar sobre tipos de garantía utilizados los encuestados revelan los siguientes resultado, el 49% refleja que han utilizado la garantía hipotecaria, 19% es significado que han utilizado quirografario, 16% muestra que han utilizado prendarios ,10% manifiestan que han dado el uso de la garantía personal y 6% se revela que han utilizado ninguna.

INTERPRETACIÓN

Podemos notar claramente que el uso ha dado al utilizar los servicios de microcrédito es muy bueno en la cooperativa las garantía establecidas, de esa manera pueda asegure las condiciones y compromiso con deuda a pagar y también realizar di acuerdo al monto adquirido para poder acceder los microcréditos , también deben tomar en cuenta y buscar otras alternativas de tipos garantías que se pueda facilitar en el otorgamiento de microcrédito en la cooperativa brindar nuevas oportunidades para los cliente .

Pregunta 8.- ¿La calidad de servicio que le presta la cooperativa es de forma?

Tabla8: La calidad de servicio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
EFICIENTE	35	0,18	18
CLARO	30	0,15	15
BUENO	60	0,31	31
REGULAR	50	0,26	26
PÉSIMO	20	0,1	10
TOTALES	195	1	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

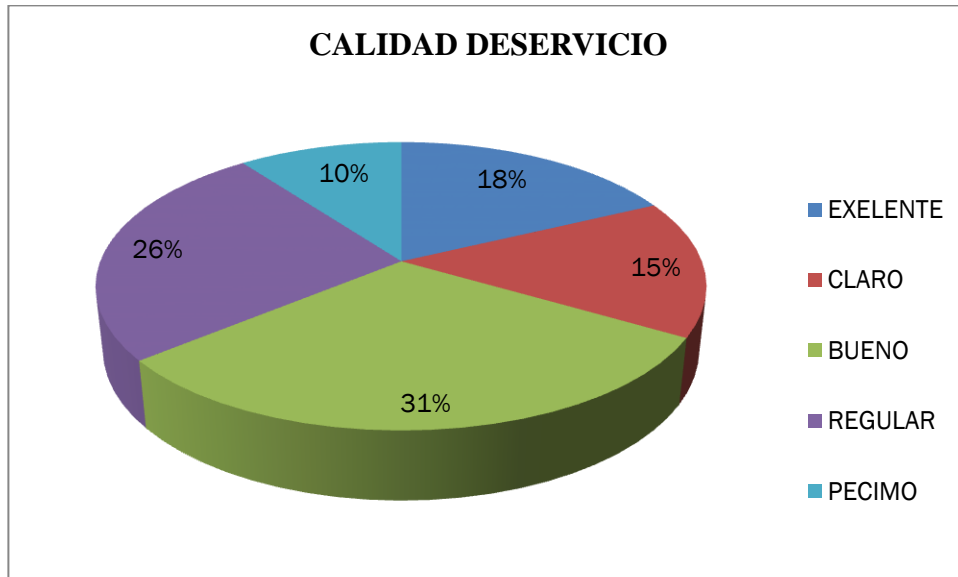


Grafico 10: Calidad de servicio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

ANÁLISIS

De los 195 socios investigado están representado de la siguiente manera, el 26% afirman que la calidad de servicio en la cooperativa es regular, el 31% afirman la calidad de servicios es bueno, el 18% afirman que la calidad de servicio eficiente, 15% señalan que la calidad de servicio es claro y mientras que el 10% señalan que es pésimo en la calidad de servicios.

INTERPRETACIÓN

Por lo que podemos interpretar que de los resultados obtenidos, las cuales deben mejorar la calidad servicio, la cual se debe usar normas de calidad, en cooperativa.

Pregunta 9.- ¿Qué le motivo retornar a utilizar los servicios de microcrédito en la cooperativa?

Tabla9: Los servicio de microcrédito

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
UBICACIÓN	80	0,41	41%
AGILIDAD EN OEL PROCESO DE MICROCRÉDITO	30	0,15	15%
FORMAS DE PAGO	40	0,21	21%
CONDICIONES	28	0,14	14%
IMAGEN CORPORATIVA	17	0,09	9%
TOTALES	195	1	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

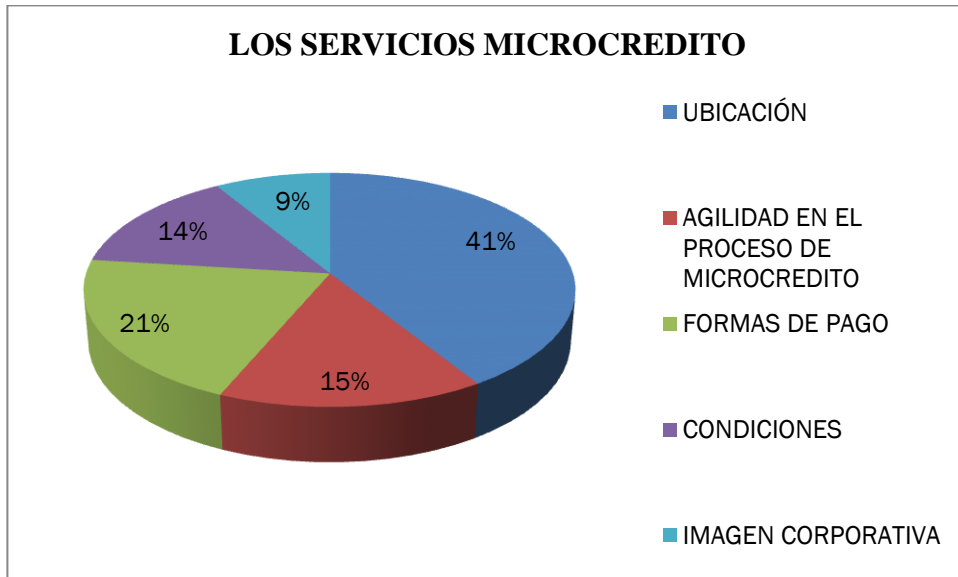


Grafico 11: Los servicio de microcrédito

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

ANÁLISIS

De la encuesta realizada los socios acuden a esta cooperativa por imagen corporativo que señalan el 9%, el 15% se retornan por la agilidad de proceso de microcrédito, el 14% ratifican por la condicione de cooperativo ,21% señalan que retornan por la forma de pago y 41% manifiestan por la ubicación la misma que encuentra la parroquia Salasaka.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los socios que acuden a cooperativa por la ubicación por la condiciones, agilidad, imagen corporativa, las cuales deben mejorar en la forma de pago y el agilidad de proceso de microcrédito , la misma que necesita incrementar estrategias marketing financiero para mejorar la calidad de servicios en la cooperativa.

Pregunta 10.- ¿Usted a cuantas personas ha recomendado para que solicite el microcrédito en la cooperativa?

Tabla10: Recomendación de solicitud de microcrédito

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1-2 PERSONAS	85	0,43	43
2-3 PERSONAS	48	0,25	25
2-4 PERSONAS	40	0,21	21
4-5 PERSONAS	12	0,06	6
DE 5 EN ADELANTE	10	0,05	5
TOTALES	195	1	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

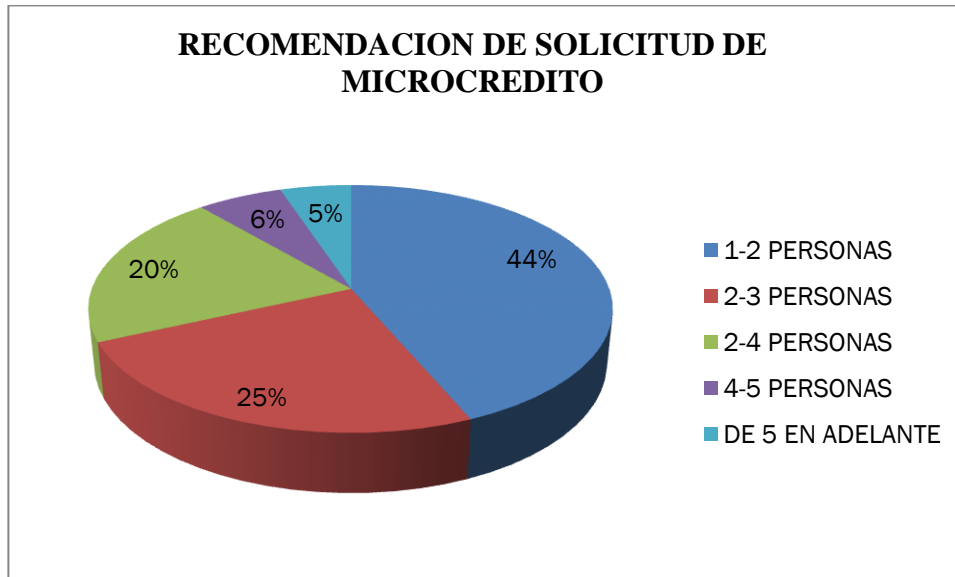


Grafico12: Recomendación de solicitud de microcrédito

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

ANÁLISIS

Según los resultados el 44% señalan que ha recomendado 1-2 personas, 25% afirman que han recomendado 2-3 personas ,20% señalan a recomendado 2-4 personas ,6% ratifican a recomendado a 4-5 personas y el 5% han recomendado de 5 personas en adelante.

INTERPRETACIÓN

Se ha visto que en la mayoría de los socios han recomendó 2-3 personas, las cuales ratifican que la cooperativa tiene que mejorar en los ámbitos políticos, y en cuanto en la atención al cliente q debe someter a una capacitación en relaciones humanas, en manejo de un sistema avanzado ya actualizado, más que todo en la agilidad de proceso de microcréditos ya de esa manera tener más cobertura de los socios porque ellos importantes en la cooperativa.

4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Luego de determinar el problema y realizada la investigación de campo, se procede a plantear la hipótesis con sus correspondiente operacionalización de las variables. La hipótesis será verificada mediante el estimador estadístico del CHI-cuadrado, el cual nos permite determinar los valores observados y esperados.

Las pruebas ji Cuadrada es una prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas.

Formulación de la hipótesis

- H_0 = Hipótesis nula
- H_1 = Hipótesis alterna

4.3.1. Planteamiento de la hipótesis

La implementación de un proceso de otorgamiento de microcrédito permitirá mejorar la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan, parroquia Salasaka Cantón Pelileo.

Tabla No 11: Frecuencias observadas

Modelo lógico

H_0 : La implementación de un proceso de otorgamiento de microcrédito no permitirá mejorar la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan, de la parroquia Salasaka cantón Pelileo.

H_1 : La implementación de un proceso de otorgamiento de microcrédito si permitirá mejorar la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan, de la parroquia Salasaka cantón Pelileo.

Definición del nivel de significación.

El nivel de significación escogido para la investigación es del 0,05% debido a que proyecto es de nivel Administrativo.

Elección de la prueba estadística.

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba ji cuadrada, cuya fórmula es la siguiente:

$$x^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right]$$

Simbología:

x^2 = Chi Cuadrado

Σ = Sumatoria

F_o =Frecuencia observada.

F_e =Frecuencia esperada.

2. Regla de decisión

Grado de libertad (gl) = (Filas – 1) (Columnas - 1)

$$(gl) = (F - 1) (C - 1)$$

$$(gl) = (2- 1) (5 - 1)$$

$$(gl) = (1) (4)$$

$$(gl) = 4$$

El grado de libertad correspondiente que se encontró es: **GL= 4**

3. El valor de x^2 con respecto al nivel de significancia de 0.05, es igual a 11,14, de acuerdo al grado de libertad de 4 en la tabla consultada.

4. Para realizar la tabla de contingencia se toma en cuenta 2 preguntas de las encuestas las mismas que son obtenidos de las dos variables independientes y dependientes la misma que se detallan a continuación:

Pregunta4. ¿La información que le brindó el asesor de crédito acerca a los requisitos y condiciones para acceder al microcrédito fue?

- Eficiente
- Claro
- bueno
- Regular
- pesimo

Pregunta8.- ¿La calidad de servicio que le prestan en la cooperativa como son?

- Eficiente
- Claro
- Regulares
- Pésimos

Tabla 11 Frecuencias Observadas

PREGUNTAS	EFICIENTE	CLARO	BUENO	REGULAR	PÉSIMO	TOTALES	
PREGUNTAS 4	26	30	40	64	35	195	
PREGUNTA 8	35	30	60	50	20	195	
TOTALES	61	60	100	114	55	390	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Nancy Masaquiza

Una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplica la fórmula:

$$x^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right]$$

Simbología:

x^2 = Chi Cuadrado

Σ = Sumatoria

F_o =Frecuencia observada.

F_e =Frecuencia esperada.

Procedimiento para el cálculo de la ji cuadrada (χ^2)

- Primeramente se realizara el ingreso de los datos tanto de las frecuencias observadas y esperadas en columna c/u.
- El siguiente paso consiste en sacar la diferencia entre las dos frecuencias anteriores.
- Luego este resultado se lo eleva al cuadrado.
- Y el resultado obtenido se lo divide para la frecuencia esperada.
- Finalmente se suman estos resultados y la sumatoria es el valor de χ^2 obtenida.

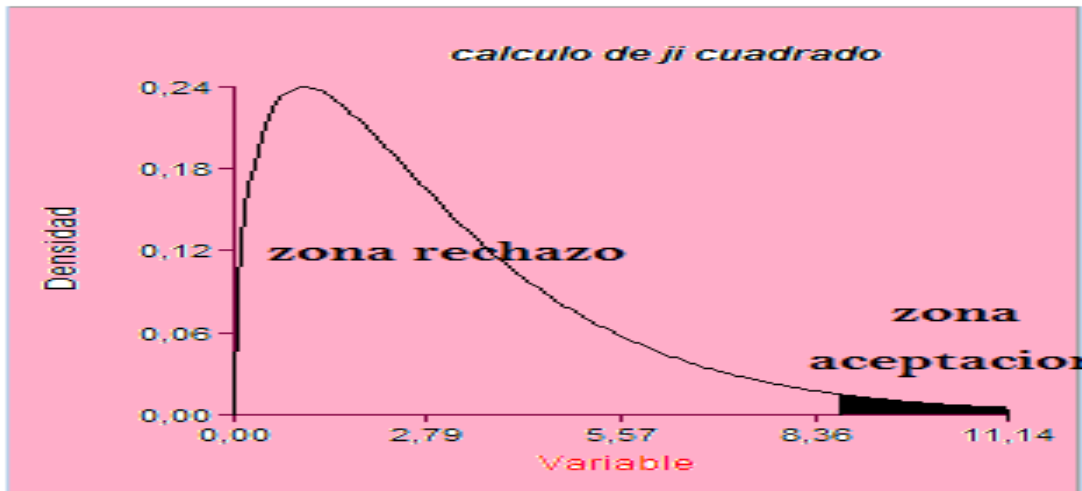
Tabla 12: Procedimiento para el cálculo del Chi cuadrado (χ^2)

χ^2 $= \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right]$	FO	FE	Fo-Fe	(Fo-Fe) ²	(Fo-Fe) ² /Fe
Eficiente	26	30,5	-4,5	20,25	0,66
Claro	30	30	0	0	0
Bueno	40	50	-10	100	2
Regular	64	57	7	49	0,86
Pésimo	35	27,5	7,5	56,25	2,05
Eficiente	35	30,50	4,5	20,25	0,66
Claro	30	30	0	0	0
Bueno	60	50	10	100	2
Regular	50	57	-7	49	0,86
Pésimo	20	27,50	-7,5	56,25	2,05
			0,00	χ^2	11,14

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza Nancy.

Gráfico 11: Representación gráfica del Chi cuadrado



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Masaquiza Nancy.

Interpretación

El valor de $X^2_c = 11,14 > X^2_t = 9,49$; por lo tanto se acepta la hipótesis alterna, es decir. La implementación de un manual de procesos de otorgamiento de microcrédito permitirá mejorar la calidad de servicio al socio de la Cooperativa Mushuc Ñan, Cantón Pelileo de la parroquia Salasaka, por consiguiente se rechaza la hipótesis nula.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones y recomendaciones

5.1.1. Conclusiones

Del total de los datos de la encuesta se puede observar y concluir que mucho de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Ñan, llevan utilizando por un tiempo prolongado el servicio financiero, aunque una minoría son socios nuevos, es importante para la institución conocer el tiempo que llevan con socios sobre todo para mejorar los servicios de calidad y agilidad. Es decir que la institución pueda mediante un control en sus proceso de servicio alcanzar un reconocimiento y llegar a ser líder en el mercado financiero por sobre todo satisfaciendo y cubriendo la necesidad de todo sus socios actuales y

potenciales, marcando de esta manera en la mente de nuestros socios y además nos promocionan con sus familiares y amigos.

- Los procesos de microcrédito que sigue la Coac Mushuc Ñan son todos necesarios, pero existe una demora en el tiempo que se le está otorgando al socio este producto.
- La calidad de servicio que brinda la Coac Mushuc Ñan, en los procesos de microcrédito se refleja en la confianza y el trato que se le brinda al socio, pero en cuanto a la información que se les brinda y las expectativas que se crea en el socio, no se están cumpliendo de manera eficiente, con lo cual afecta la calidad de servicio que la institución desea brindar y es una de las razones para que los socios no vuelvan a acceder al producto.
- La existencia de una demora en procesos de otorgación de microcrédito crea la necesidad de evaluar.
- Se realizó una prueba de hipótesis en la cual se acepta la hipótesis alterna, que en su parte pertinente dice: Los procesos de microcrédito si inciden significativamente en la calidad de servicio al socio de la Coac Mushuc Ñan en el segundo semestre del año 2012
- La calidad de servicio no se refleja en su totalidad en los procesos de microcrédito, ya que desde el momento en que se entrega información al socio hasta el despacho hay una insatisfacción por parte del socio
- De acuerdo con los datos de la encuesta se puede concluir que las expectativas de nuestro clientes es y será la calidad y la imagen que está brindando en su vida diaria comprometiendo de esta manera a la institución a mejorar cada día su calidad e imagen de sus productos para seguir compitiendo en un mercado que cada día es mucho más exigente.

- Una vez realizada la verificación las solicitudes de créditos son aprobadas por el Jefe de Agencia como presidente y dos Oficial de Crédito antiguos como vocales forma el comité de aprobación, pero cabe recalcar que su aprobación es sin tomar en cuenta el nivel de eficiencia, efectividad, eficacia en el proceso de legalización y despacho

- Para los socios no es tan comprensible la información que se les brinda en cuanto a los requisitos y condiciones para que acceda al microcrédito, por lo tanto esto es un de las razones para que los mismos no accedan al producto que ofrece la institución.
La institución no está cumpliendo con las expectativas que crea en el socio a la hora de acceder a l microcrédito.

5.1.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda un manual de proceso de microcrédito para el oficial crédito para su cumplimiento, debe realizar un seguimiento a los tiempos de respuesta ante una solicitud de microcréditos, para que pueda reforzar los mismos, conjuntamente con los oficiales de crédito la permitirá mejorar la calidad de servicio de los socios.

- Dar la capacitación a los oficiales de crédito es importante en cuanto a calidad de servicio, puesto que hoy por hoy nuestros socios en este caso ya no solo busca el trato, confianza se le puede otorgar, lo que busca también son respuestas ágiles y precisas. Todo va de la mano para que se logre brindar un servicio de calidad.

- Realizar constantemente investigación de satisfacción del cliente mediante el índice de satisfacción, mediante una fórmula, y también se las puede hacer a través de entrevistas donde el cliente expresa su inconformidad.

- Realizar un análisis de gestión a los procesos de concesión microcrédito para poder verificar y determinar claramente cuales son la causa de la demora de los mismos.

- El Manual de Procedimientos, extendiéndoles un archivo a cada uno de sus empleados para que de esta manera se acaten a sus objetivos, políticas, y en especial a sus procedimientos.

CAPITULO VI

6. LA PROPUESTA

Título:

“Manual de Procesos de otorgación de microcréditos permitirá mejorar la calidad de servicio de la Cooperativa Mushuc”.

6.1. DATOS INFORMATIVOS

6.1.1 Institución ejecutora:

Cooperativa de Ahorro y Crédito “MUSHUC ÑAN”

6.1.2 Beneficiarios: Clientes externo y junta general de socios.

6.1.3 Ubicación:

Provincia de Tungurahua, cantón Pelileo Parroquia Salasaka .comunidad centro Salasaka vía -Pelileo.

6.1.4 Tiempo estimado para la ejecución.

6.1.5 Inicio: Septiembre 2012 **Fin:** Mayo 2013.

6.1.6 Equipo Técnico Responsable: Nancy Delfina Masaquiza, LCD. Gonzalo Masaquiza

6.1.7 Costo \$295 americanos.

6.2. Antecedentes

Nancy Delfina Masaquiza Masaquiza en su tesis “Los procesos de Microcrédito y su incidencia en la calidad de servicio de la Cooperativa Mushuc Ñan en el segundo semestre del año 2012” de la Universidad Técnica de Ambato se concluye:

La existencia de una demora en procesos de otorgación de microcrédito crea la necesidad de evaluar.

Los procesos de microcrédito que sigue la cooperativa Mushuc Ñan, son todos necesarios, pero existe una demora en el tiempo que se le está otorgando al socio este producto.

El tiempo que dura el proceso de microcrédito es mayor de 30 días, siendo que por la naturaleza del microcrédito debería ser de 1 a 3 días laborable como máximo. Esto se debe a la poca agilidad principalmente en los procesos de legalización.

Según María Cristina Santa cruz y Jorge Mauricio Vásquez; modelo de gestión para el otorgamiento de microcrédito y mejoramiento de los procesos de calificación del banco nacional de fomento sucursal Latacunga (2011) de la facultad de sistema mercantiles, maestría en gestión bancaria y finanzas de la universidad Uniandades de Ambato.

Es necesario implementar manual para mejorar los procesos de microcréditos en la cooperativa.

Es necesario establecer cronograma de capacitación para los trabajadores de la institución que se encuentran vinculando directamente con el área de créditos.

Se debe estandarizar la calificación del sujeto de crédito, buscando herramientas que permitan mejorar el análisis de los socios.

6.3. Justificación

Al estar en constante relación con los clientes y luego del estudio realizado en cooperativa Mushuc Ñan se puede determinar que la cooperativa tiene problemas en la en proceso de microcrédito en el otorgamiento en la cual afecta a la calidad de servicio y no brindan un servicio eficiente financieros, para dar oportunidad de ejercer su propios negocio de los socios es por eso la razón que debe implementar un manual de proceso de otorgación de microcrédito en la cooperativa, nos servirá para captar un mayor número de clientes.

El manual de proceso de microcrédito son importantes para toda empresa, ya que éstas Proporcionan un enfoque que caracteriza a todas aquellas que ofrecen un servicio excelente.

Por consiguiente se desarrolla el trabajo investigativo propuesto por su importancia teórica; ya que esta investigación generará reflexión y discusión tanto sobre el conocimiento existente del área investigada, como dentro del ámbito de las Ciencias Administrativas. Además esta investigación tiene su importancia práctica; ya que influirá en la toma de decisiones, estratégicas y políticas que permitirán que la institución logre sus objetivos propuestos.

La investigación es posible realizarla, ya que cuenta con el tiempo necesario, acceso directo con las fuentes de información y de recursos humanos, materiales, tecnológicos y económicos; colaboración total de la “Cooperativa Mushuc Ñan”, pero sobre todo la voluntad necesaria para cumplir el trabajo con responsabilidad.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo general

Elaborar un manual de procesos de otorgación de microcrédito que permitirá mejorar la calidad de servicio de la Cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan.

6.4.2. Objetivos específicos

- Determinar, los procesos de otorgación de microcréditos Cooperativa Mushuc Ñan.
- Formular políticas y reglamentos de microcréditos de manera clara y eficaz para la cooperativa.
- Diseñar el diagrama de flujo para el cumplimiento de la ejecución de proceso de microcrédito.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

La aplicación de la presente propuesta es viable ya que se cuenta con el apoyo y predisposición de los directivos y el equipo de trabajo de la institución para realizar la respectiva gestión a los procesos de otorgación de microcréditos, la viabilidad de la aplicación recae en los siguientes aspectos:

6.5.1. Socio-cultural

Es factible éste ámbito, puesto que para mejorar los procesos de otorgación de microcréditos, implica el mejoramiento del nivel de conocimiento de los colaboradores de la cooperativa así como también el alto sentido de compromiso, al cual exija la optimización de tiempo y recursos efectividad, a través de las capacitaciones, dando como resultado una práctica profesional confiable.

6.5.2. Organizacional

Permitirá evaluar el cumplimiento de los manuales, políticas en el área de microcréditos, para reforzar o mejorar los puntos débiles que se estén presentando en este departamento, así como también, se podrá conocer si los oficiales de crédito mantienen un nivel de conocimiento capaz frente a las tecnologías crediticias.

6.5.3. Político – legal.

La propuesta está enfocada dentro del parámetro legal y reglamentario local y estatal venerando las políticas, acuerdo y estatus de carácter interno y externo institución sin infringir lo opuesto en la ley de compañía.

6.6. FUNDAMENTOS TÉCNICOS Y CIENTÍFICOS

MANUAL DE PROCESO DE MICROCRÉDITO

Definición de manual de proceso

Según Kaoru Ishikawa mejora de calidad Ishikawa, modalidad japonesa, 1997. Deming procesos eficientes y eficaces de los sistemas.

Manual de procedimientos: Los Manuales de Procedimientos son medios escritos valiosos para la comunicación, y sirven para registrar y transmitir la información, respecto al funcionamiento de una organización; es decir, es un documento que contiene, en forma ordenada y sistemática, la información y/o las instrucciones de ejecución operativo-administrativa de la organización.

El manual de procedimientos permite el establecimiento de un marco de actuación que fija límites (políticas) a través de una red de procesos y posibilita por medio de la descripción de procedimientos, dar soporte a la operación en pos de un mejor servicio, generando una abstracción del modelo real que entregará información que permitirá saber: “qué” es lo que

cada ente está facultado y debe realizar; “cómo” se concreta una función o proceso con actividades y pasos; “quién” es responsable del desarrollo de las actividades; “dónde” están los puntos clave de control de cada procedimiento. Para así facilitar su supervisión, control, evaluación y mejora.

<http://ticss.bligoo.com/content/view/511291/Manual-de-Procesos-y-procedimientos-Guia-basica.html>.

PROCESO: Conjunto de actividades que interactúan y se relacionan a través de recursos, transformando entradas en salidas generando un resultado (producto) que satisface una o varias necesidades.

RECURSO: Factor o insumo importado por el proceso que hace posible su ejecución.

CARACTERÍSTICAS DE UN PROCESO:

Transforma las entradas en salidas mediante recursos que van agregando valor en su desarrollo

Cumple una función y es dinámico en el tiempo.

Su finalidad o consecución está determinada por su resultado los procesos contienen un componente social que le conlleva a interactuar con otros procesos, el cual es análogo los procesos contienen un componente social que le conlleva a interactuar con otros procesos, el cual es análogo al comportamiento del ser humano. Los procesos deben su accionar a satisfacer necesidades de los distintos clientes (internos y externos).

PROCEDIMIENTO: Es la aplicación secuenciada de tareas con sus respectivas relaciones y que es específica en su ejecución (estática) el cual debe contar con un nivel de detalle que permita analizar sus posibles mejoras.

CARACTERÍSTICAS DE UN PROCEDIMIENTO:

Está definido en pasos secuenciales a los cuales se le denomina tarea o actividad la secuencia de las tareas esta normada y alineada a la estructura de la organización.

La transformación de entradas en salidas la llamamos proceso y la forma en que puede ser explicada su finalidad mediante su accionar, es lo que denominamos procedimiento”.

TAREA: Es una actividad definida, que es cumplida por individuos. Las tareas son acciones específicas que contribuyen al cumplimiento de la misión de los requerimientos. Una tarea debe ser específica, decisiva y responder al que, como acción adicionadora de valor al producto que recibe como input y entrega como output.



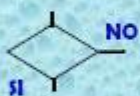


DIAGRAMAS DE FLUJO

Son la representación gráfica de las etapas de un proceso, obteniéndose una descripción detallada de cómo funciona el mismo, es útil en la investigación de oportunidades para la mejora continua de lo que se está haciendo, permitiendo establecer de forma clara los puntos sensibles del desarrollo del proceso, además su simbología simple permite establecer un estándar fácil de interpretar.

Dichos diagramas serán utilizados como herramientas de apoyo al entendimiento del procedimiento en su totalidad ya que el mismo establece el tipo de relaciones entre componentes de la organización y los flujos de información generados producto de la interacción de los mismos.

La simbología a utilizar será la siguiente:

Grafico 14: Simbología del diagrama de flujo

SÍMBOLO	ACTIVIDAD
INICIO - FIN 	<ul style="list-style-type: none"> Es un rectángulo redondeado con las palabras inicio o fin dentro del símbolo. Indica cuando comienza y termina un proceso.
ACTIVIDAD 	<ul style="list-style-type: none"> Es un rectángulo dentro del cual se describe brevemente la actividad o proceso que indica.
DECISIÓN 	<ul style="list-style-type: none"> Es un rombo con una pregunta dentro. A partir de éste, el proceso se ramifica de acuerdo a las respuestas posibles (generalmente son sí y no). Cada camino se señala de acuerdo con la respuesta.
FLECHA (FLUJO) 	<ul style="list-style-type: none"> Líneas de flujo o fluido de dirección, son flechas que conectan pasos del proceso. La punta de la flecha indica la dirección del flujo del proceso.
CONECTOR 	<ul style="list-style-type: none"> Se utiliza un círculo para indicar el fin o el principio de una página que conecta con otra. El número de la página que precede o procede se coloca dentro del círculo.

Fuente: Investigación

Elaborado por Nancy Masaquiza

CONFORMACIÓN DEL MANUAL

A) IDENTIFICACIÓN

Este documento debe incorporar la siguiente información:

Logotipo de la organización, Nombre oficial de la organización.

Denominación y extensión. De corresponder a una unidad en particular debe anotarse el nombre de la misma.

Lugar y fecha de elaboración.

Número de revisión (en su caso).

Unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización.

Clave de la forma. En primer término, las siglas de la organización, en segundo lugar las siglas de la unidad administrativa. Entre las siglas y el número deben colocarse un guión o un diagonal.

B) ÍNDICE O CONTENIDO

Relación de los capítulos y páginas correspondientes que forman parte del documento.

C) PRÒLOGO Y/O INTRODUCCIÓN

Exposición sobre el documento, su contenido, objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización. Puede incluir un mensaje de la máxima autoridad de las áreas comprendidas en el manual.

D) OBJETIVOS DE LOS PROCEDIMIENTOS

Explicación del propósito que se pretende cumplir con los procedimientos.

Los objetivos son uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria; simplificar la responsabilidad por fallas o errores; facilitar las labores de auditoria; la evaluación del control interno y su vigilancia; que tanto los empleados como sus jefes conozcan si el trabajo se está realizando adecuadamente; reducir los costos al aumentar la eficiencia general, además de otras ventajas adicionales.

E) AREAS DE APLICACIÓN Y/O ALCANCE DE LOS PROCEDIMIENTOS

Esfera de acción que cubren los procedimientos.

Dentro de los procedimientos han sido clasificados, atendiendo al ámbito de aplicación en: Procesos macro-administrativos y procesos meso administrativos o sectoriales, y subprocesos, y la unidad menor es la que denominamos tarea.

F) RESPONSABLES

Unidades administrativas y/o puestos que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases, en ningún caso se deben apuntar nombres de personas, ya que lo que importa es la función del ejecutante, ya que no es un documento evaluativo de desempeño personal.

G) POLÍTICAS O NORMAS DE OPERACIÓN

En esta sección se incluyen los criterios o lineamientos normativos de acción que se determinan en forma explícita para facilitar la cobertura de responsabilidad de las distintas instancias que participaban en los procedimientos.

Además deberán contemplarse todas las normas de operación que precisan las situaciones alterativas que pudiesen presentarse en la operación de los procedimientos. A continuación se mencionan algunos lineamientos que deben considerarse en su planteamiento:

Se definirán perfectamente las políticas y/o normas que circunscriben el marco general de actuación del personal, a efecto de que esté no incurra en faltas.

Los lineamientos se elaboran clara y concisamente, a fin de que sean comprendidos incluso por personas no familiarizadas con los aspectos administrativos o con el procedimiento mismo.

Deberán ser lo suficientemente explícitas para evitar la continua consulta a los niveles jerárquicos superiores.

FORMAS DE REALIZAR EL DESARROLLO DEL MANUAL

DELIMITACIÓN DEL UNIVERSO DE ESTUDIO

Los responsables de efectuar los manuales administrativos de una organización tienen que definir y delimitar su universo de trabajo para estar en posibilidad de actuar en él; para ello, deben realizar:

ESTUDIO PRELIMINAR

Este paso es indispensable para conocer en forma global las funciones y actividades que se realizan en el área o áreas donde se va a actuar. Con base en él se puede definir la estrategia global para el levantamiento de información, identificando las fuentes de la misma, actividades por realizar, magnitud y alcances del proyecto, instrumentos requeridos para el trabajo y en general, prever las acciones y estimar los recursos necesarios para efectuar el estudio.

Fuentes De Información

Referencia de las instituciones, áreas de trabajo, documentos, personas y mecanismos de información de donde se pueden obtener datos para la investigación. Entre las más representativas se pueden mencionar:

Organismos que forman parte del mismo grupo o sector de la que es objeto el estudio.

Organizaciones normativas que dictan lineamientos de carácter obligatorio.

Organizaciones que prestan servicios o suministran insumos necesarios para el funcionamiento de la organización que se estudia.

Personal del nivel directivo que maneja información valiosa, ya que conocen si el conjunto de archivos responde a la realidad.

Personal operativo cuyas opiniones y comentarios son de gran ayuda, puesto que ellos tienen a su cargo las actividades rutinarias, por lo que pueden detectar limitaciones o divergencias en relación con otros puntos de vista o contenido de documentos.

Niveles de la organización que reflejan las condiciones reales de funcionamiento, medios y personal.

Clientes y/ o usuarios: Receptores de los productos y/ o servicios que genera la organización.

PREPARACIÓN DEL PROYECTO

Una vez recabados los elementos preliminares para llevar a cabo el manual, se debe preparar el documento de partida para concretarlo, el cual debe quedar integrado por:

*Propuesta técnica, (que debe incluir):

-Antecedentes: recuento de todos los manuales o esfuerzos análogos preparados con anterioridad.

-Naturaleza: tipo de manual que se pretende realizar.

-Justificación: demostración de la necesidad de efectuarlo en función de las ventajas que ello reportará a la organización.

Objetivos: logros que se pretenden alcanzar.

-Acciones: iniciativas o actividades necesarias para su consecución.

-Resultados: beneficios que se esperan obtener en cuanto a mejorar el funcionamiento de la organización, sus productos y/ o servicios, clima organizacional y relaciones con el entorno.

-Alcance: área de aplicación que cubre el estudio en términos de ubicación en la estructura orgánica y/ o territorial.

-Recursos: requerimientos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para desarrollarlo.

-Costo: estimación global y específica de recursos financieros que demanda su ejecución.

-Estrategia: ruta fundamental necesaria para orientar los recursos de acción y asignación de recursos.

-Información complementaria: material e investigaciones que pueden servir como elementos de apoyo.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

a) PARTICIPANTES

Para depurar el contenido del proyecto, afinar sus parámetros y determinar su viabilidad operativa, es recomendable presentarlo a:

*Área (s) que intervendrán directamente en su aplicación, por lo cual tienen la obligación de conocer el proyecto en forma detallada.

*Áreas afectadas por la implantación del proyecto, ya que tendrán que cambiar o adecuarse.

*Área responsable del manejo de los recursos económicos, para cuantificar el costo del proyecto en forma más específica.

b) RESPONSABLE DE SU AUTORIZACIÓN

Asimismo, el proyecto debe presentarse al titular de la organización o de la unidad administrativa responsable de su ejecución, para su aprobación.

ISHIKAWA, Kaoru.

OBJETIVO

Proporcionar información que sirva de base para evaluar la eficiencia del sistema en el cumplimiento de sus funciones específicas, una vez finalizada la identificación y desarrollo de cada uno de los procesos y procedimientos.

Incorporar a los sistemas y procedimientos administrativos, la utilización de herramientas que ayuden a agilizar el flujo de información y de esta manera facilitar el entendimiento, para ayudar a la toma de decisiones (Impactando la gestión departamental y producto de la sumatoria de los mismos mejorar la gestión institucional

Proporcionar una herramienta que facilite el proceso de inducción y capacitación del personal nuevo e incentivar la polifuncionalidad al interior de cada Área, Departamento, Sección, Oficina.

Conclusión:

Los manuales de procedimientos son un compendio de acciones documentadas que contienen en esencia, la descripción de las actividades que se realizan producto de las funciones de una unidad administrativa, y financiero dichas funciones se traducen en lo que denominamos procesos y que entregan como resultado un producto o servicio específico la cual es de suma importancia para implantar en los proceso de microcrédito de esa manera mejora la calidad de servicio en la cooperativa.

Proporciona ayudas para el emprendimiento en tareas como; la simplificación de trabajo como; análisis de tiempos, delegación de autoridad, eliminación de pasos, etc.

Para establecer un sistema de información o bien modificar el ya existente.

Para uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria (Paradigmas).

Determina de forma sencilla las responsabilidades por fallas hechas bajo paradigmas.

Facilita las labores de auditoría, evaluación del control interno y estudio de desempeño.

Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.

Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades, regulando a su vez la carga laboral.

Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos

Proporciona ayudas para el emprendimiento en tareas como; la simplificación de trabajo como; análisis de tiempos, delegación de autoridad, eliminación de pasos, etc.

Para establecer un sistema de información o bien modificar el ya existente.

Para uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria (Paradigmas).

Determina de forma sencilla las responsabilidades por fallas hechas bajo paradigmas.

Facilita las labores de auditoría, evaluación del control interno y estudio de desempeño.

Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.

Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades, regulando a su vez la carga laboral.

Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos

http://www.upv.es/orgpeg/web/manual_gestion_procesos.pdf

<http://www.monografias.com/trabajos38/manual-de-credito/manual-de-credito2.shtml>

Definición

Un proceso se puede definir como una serie de actividades, acciones o eventos organizados interrelacionados, orientadas a obtener un resultado específico y predeterminado, como

consecuencia del valor agregado que aporta cada una de las fases que se llevan a cabo en las diferentes etapas por los responsables que desarrollan las funciones de acuerdo con su estructura orgánica.

DEFINICIÓN DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

El Manual de Procedimientos es un elemento del Sistema de Control Interno, el cual es un documento instrumental de información detallado e integral, que contiene, en forma ordenada y sistemática, instrucciones, responsabilidades e información sobre políticas, funciones, sistemas y reglamentos de las distintas operaciones o actividades que se deben realizar individual y colectivamente en una empresa, en todas sus áreas, secciones, departamentos y servicios.

Requiere identificar y señalar quién, cuándo?, cómo?, donde?, para qué?, por qué? de cada uno de los pasos que integra cada uno de los procedimientos.

El manual de procedimientos es un instrumento de información sobre los métodos de trabajo que emplean las dependencias, organismos auxiliares y fideicomisos para la generación de los bienes o servicios que demandan sus usuarios internos o externos.

La presente guía se integra por cuatro apartados: objetivo de la guía; generalidades; componentes principales y los elementos complementarios del manual de procedimientos.

OBJETIVO

Incorporar a los sistemas y procedimientos administrativos, la utilización de herramientas que ayuden a agilizar el flujo de información y de esta manera facilitar el entendimiento, para ayudar a la toma de decisiones (Impactando la gestión departamental y producto de la sumatoria de los mismos mejorar la gestión institucional.

Proporcionar una herramienta que facilite el proceso de inducción y capacitación del personal nuevo e incentivar la polifuncionalidad al interior de cada Área, Departamento, Sección, Oficina.

http://salud.edomexico.gob.mx/intranet/uma/doctos/guia_para_manual_de_procedimientos.pdf.

PROCESO GUÍA TÉCNICA PARA LA ELABORACIÓN DE MANUALES DE PROCEDIMIENTOS

El resultado de valor lo recibe un usuario interno se hace referencia a procesos

Objetivo:

Una vez determinados los estados inicial y final del proceso se debe definir el nombre de éste, el cual debe tomar en cuenta el trabajo que se realiza desde el principio hasta el fin.

DIAGRAMA DE FLUJO EN UN PROCESO

Un proceso está compuesto por las actividades o pasos necesarios que se deben suceder para producir resultados o producto.

Un diagrama de flujo en proceso sirve para visualizar globalmente el proceso, los niveles de actuación y las personas implicadas y los recursos necesarios para obtener resultados esperados, finalmente el diagrama de flujo permitirá identificar los puntos donde se puede medir la efectividad y eficiencia del proceso.

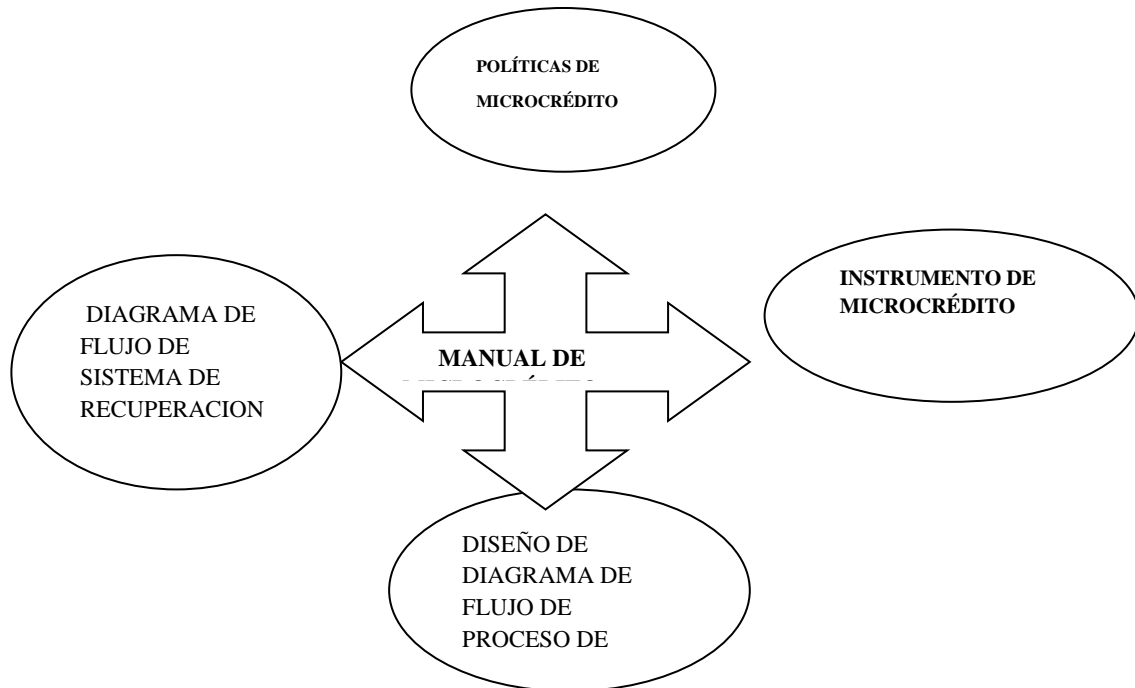
Las tareas de un proceso primario son compartidas con dos o más personas generando un proceso paralelo puede o no puede formar parte del proceso principal.

http://www.upv.es/orgpeg/web/manual_gestion_procesos.pdf

<http://www.monografias.com/trabajos38/manual-de-credito/manual-de-credito2.shtml>

6.7 METODOLOGÍA DE MODELO OPERATIVO

GRAFICO 15: Modelo Operativo.



Elaborado por: Nancy Masaquiza M.

Fuente: Investigación

ELABORAR MANUAL DE PROCESO DE MICROCRÉDITO

PRESENTACIÓN

Manual de proceso es una herramienta indispensable de apoyo para la prestación y operacionalización del servicio de crédito en la Cooperativa; Está diseñado considerando las prácticas que deben ser usadas por la Cooperativa tanto a nivel internacional como las NIIF y Normas de Basilea II, así como las influencias del entorno financiero del país, tratando de esta forma de adaptar a los requisitos mínimos de una sana administración en el proceso de concesión y recuperación del crédito.

El proceso de microcrédito es un proceso de participación y atención de la cooperativa como herramienta institucional para identificar, canalizar, solucionar en tiempos mínimos las inquietudes que manifiestan nuestros usuarios sobre los servicios ofertados, teniendo como punto de referencia las necesidades sentidas, manifestados por ellos, a través de las, quejas, sobre la prestación de los servicios.

Objetivo

Emplear los mecanismos necesarios en beneficio de la calidad del servicio implementando los procedimientos que hacen parte del sistema para que la proceso de microcrédito llegue a los socios en términos de oportunidad y eficacia, gracias a la identificación de las fallas en la prestación del servicio que permitan diseñar los correctivos necesarios para garantizar un servicio óptimo.

El mantenimiento de una buena calidad del crédito dependerá de la concesión de préstamos sólidos y del seguimiento de los mismos a través de la evaluación periódica de la calidad de la cartera y la adopción de medidas para su recuperación oportuna.

3. ALCANCE

El presente manual tiene una cobertura para toda la cooperativa de la , su aplicación va dirigida a todos los integrantes de la organización, el alcance del manual pretende el cambio de actitudes y comportamientos ante un cliente, de esta manera lograr el éxito, y a la vez brindar un servicio de calidad.

4. PERFIL DEL MANUAL

El manual contiene los lineamientos para generar un servicio de calidad como:

- Jefe de crédito para el usuario.

. VALORES Y HABILIDADES QUE DISTINGUEN AL PERSONAL

Tolerancia

Calidad


Pro actividad

Compromiso

Responsabilidad

Creatividad e innovación


Cuadro N° 5: Respectivas funciones de aérea de créditos.

 Cooperativa de ahorro y crédito "Mushue Ñan"	
Cargo: jefe de crédito	
Perfil requerido:	Nivel de estudios: título en Ing. organización de empresas y gestión en finanzas. Experiencias en manejo de servicio financiero. Experiencias 4 años como jefe de asesor de créditos.
Competencias	Responsabilidad, habilidad, liderazgo, agilidad, creativo, trabajó en equipo.
Funciones	Coordinar con la gerencia sobre necesidades de recursos para cubrir colocaciones diarias de créditos. Analizar y calificar las solicitudes de los microcréditos. Aprobar o negar los microcréditos en casos que si se encuentran en central de riesgos o morosidad. Coordinar las labores con los oficiales de créditos y cobranzas. Elaborar reportajes mensuales sobre carteras vigentes morosidad para la gerencia.

Elaborada por: Nancy Masaquiza

Fuente: Investigación

Cuadro N° 5 Respectivas funciones de área de créditos

 Cooperativa de ahorro y crédito "Mushuc Ñan"	
Cargo: Asesor de créditos.	
Perfil requerido:	<p>Nivel de estudios: título en Ing. organización de empresas y gestión en finanzas.</p> <p>Experiencias en análisis financiero y control de cartera.</p> <p>Experiencias 2 años como jefe de asesor de créditos.</p>
Competencias	Mayor facilidad de comunicación, habilidad de atención al cliente, liderazgo, agilidad.
Funciones	<p>Verificar los datos entregados por los socios en los expedientes, de acuerdo en el manual establecido.</p> <p>Visitar a los socios para confirmar la veracidad de la información suministrada.</p> <p>Analizar y calificar las solicitudes de los microcréditos.</p> <p>Aprobar o negar los microcréditos en casos que si se encuentran en central de riesgos o morosidad.</p> <p>Coordinar las labores con los oficiales de créditos y cobranzas.</p> <p>Elaborar reportajes mensuales sobre carteras vigentes morosidad para la gerencia.</p> <p>Notificar a los y garantes con problemas de morosidad.</p>

Elaborada por: Nancy Masaquiza

Fuente: Investigación

Base legal

La cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan para el fiel cumplimiento se regirá de la siguiente manera:

- Ley de instituciones del sistema financiero.
- Ley de cooperativa –reglamentos generales.
- Código de trabajo.
- Estatus de cooperativa.

POLÍTICAS DE CRÉDITOS.

Persona jurídica

Serán consideradas personas jurídicas sujetos de créditos a las instituciones legalmente formadas capaces de ejercer derechos y contraer obligaciones.

Los siguientes aspectos:

El representante legal debe tener nombramiento legalizado.

Que la empresa se encuentre al día con las obligaciones tributarias.

Ser cliente de cooperativa.

Personas naturales

Deben cumplir las siguientes características:

Ser socios de la cooperativa.

Ser mayor de edad.

Debe desarrollar sus actividades en sectores, comerciales, agrícolas, manufacturas, ganaderías.

Contar con la capacidad de pago establecido debidamente comprobado.

Estar al día con las obligaciones de la cooperativa.

Disponer la capacidad de endeudamiento y pago.

Personas no calificadas como sujetos de créditos.

Menor de edad

Personas de mayor de edad de 65 años en adelante.

Personas que presenten antecedentes o impedimentos legales de cualquier naturaleza.

Destinos de Crédito

Entre los destinos de crédito más importantes que opera la cooperativa están:

a. Consumo y Uso Personal

Servirá para la adquisición de bienes muebles y/o servicios, siempre que se adquieran bajo condicionamientos legalmente establecidos.

Créditos de consumo se califica a toda operación crediticia cuya fuente de repago proviene de ingreso fijo, sean estos pensiones jubilares, sueldos fijos de instituciones públicas y privadas. Por otra parte este ingreso fijo debe provenir de una fuente estable que se lo demuestre con un trabajo de al menos un año en su trabajo actual.

b. Comercio

Para la adquisición de bienes destinados a la intermediación mercantil, además se clasificarán en esta categoría los créditos para transporte.

d. Vivienda

Para el financiamiento de compra, ampliación, remodelación o construcción de bienes inmuebles de propiedad del prestatario.

Servirá para el financiamiento de actividades de producción más tecnificadas, con mayor cantidad de personal y equipo. (Ej.: fabricación de textiles, metalmecánica, etc.)

f. Agrícola

Para la adquisición de insumos, maquinaria agrícola y financiamiento de capital de trabajo.

g. crédito quirografarios

Las operaciones de crédito a corto plazo, con las cuales cubrir necesidades emergentes puntuales de liquidez que hayan surgido de forma imprevista, donde no son necesarios garantías específicas, únicamente la obligación de suscribir los pagarés necesario para el desembolsos de las cantidades percibidas más sus interés.

De los Préstamos

- Para los préstamos de la cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan.
- Son las siguientes características de políticas:
- Los préstamos se otorgan únicamente a personas naturales afiliadas a la Cooperativa.
- Los préstamos se otorgan a los socios los que deberán cumplir las condiciones y garantías que exige el reglamento establecido de la cooperativa.
- No podrán servir como garante los miembros de los organismos de gobierno de la cooperativa o cualquier funcionario de la misma.
- La Cooperativa evaluará periódicamente la calidad de su cartera y a la vez provisionará adecuadamente para la protección de la misma, tal como se indique en manuales, reglamentos y leyes específicas para el efecto, considerando además el saneamiento de los préstamos que se califiquen como irrecuperables.
- Toda solicitud de crédito será analizada y evaluada por un oficial de crédito y de deberá demorar máximo un días - dos días los tramites solicitados, de acuerdo a las normas y la tecnología crediticia adoptada por la cooperativa.

INSTRUMENTACIÓN DEL MICROCRÉDITO

Cuadro 6: instrumentación del microcrédito



Cooperativa de ahorro y crédito "Mushuc Ñan"

INSTRUMENTACIÓN DEL MICROCRÉDITO

ELABORADA POR :
NANCY M

FASE 1.

Políticas Específicas en el Área de Crédito y Cobranzas

- ✚ Toda solicitud de crédito será analizada y evaluada por un oficial de crédito y de deberá demorar máximo un días - dos días los tramites solicitados, de acuerdo a las normas y la tecnología crediticia adoptada por la cooperativa.
- ✚ Para la evaluación de las solicitudes, el oficial de créditos deberá practicar siempre el análisis del prestatario, según los lineamientos que se establece en el instructivo de créditos a la cooperativa.
- ✚ Los créditos aprobados serán sustentados por un pagaré y/o contrato, en el que se especificará las condiciones de muto acuerdo. Estos documentos deberán ser debidamente archivados y custodiados.
- ✚ Siempre se buscará realizar desembolsos a través de las cuentas de ahorro que los clientes mantienen en la cooperativa.
- ✚ Se podrá realizar desembolsos en efectivo hasta \$1000, cifras superiores a este monto se desembolsarán mediante cheque. Todos los pagos de los microcréditos deberán efectuarse en las ventanillas de cajas.
- ✚ Los niveles de aprobación de crédito (comités) podrán constituirse en comités de morosidad para evaluar los créditos en mora y decidir sobre las acciones a seguir

para cada caso.

FASE 2.

2.1. LA RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD

- El oficial de crédito, deberá atender mediatamente en lazo de tres minutos cual mejor la calidad de servicio en la atención a los socios.
- El oficial de créditos deberá demostrar eficiente en la forma de atención los clientes informará a los solicitantes de los requisitos, las garantías deben ser considerables y condiciones sean apropiadas para obtener un préstamo.
- Antes de llenar la información general del solicitante, el oficial o el asistente deberá cerciorarse si se trata de un nuevo socio o repetido.
- El oficial de crédito deberá verificar la razonabilidad del monto solicitado en crédito emergente que está sustentado en valor de 2500\$, mediante la comparación con la cuota que el cliente desea pagar ya desea cancelar semanal ,quincenal, trimestral, semestral, mensual.
- El oficial de crédito o el asistente indicará al solicitante la documentación mínima que deberá presentar al momento de ser visitado (copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del deudor, garante y cónyuge, documento que acredite la actividad económica por ejemplo, copia de un pago de servicio básico)
- El Jefe de crédito procede a distribuir las solicitudes recibidas por los oficiales o el asistente, según las zonas asignadas, quedando así expedito el trámite para que el oficial continúe el proceso de la evaluación de la solicitud y deberá demorar un día – dos días los tramites solicitados. Cuando se trata del segundo o tercer crédito, el oficial de crédito, actualizará la información financiera del socio. Si se trata del cuarto crédito deberá actualizar in situ la información socio económico y financiera del prestatario, así como también actualizará la información correspondiente a las garantías de esa manera se obtendrá el crédito inmediato.
- El oficial de crédito deberá indicar las gamas de microcréditos sin oponerlas los

tipos de microcréditos que desea tener para cubrir necesidades de los socios, de las están los microcrédito de la vivienda, comercial, agrícola, consumo, educación.

FASE 3.

Evaluación de solicitudes para consumo, comercial, agrícola, educación y para la vivienda; El objetivo es estudiar sistemáticamente el riesgo de la operación a través de la capacidad y voluntad de pago del prestatario, así como el carácter del deudor y la calidad y cobertura de las garantías. Para el caso de microempresa, el proceso de análisis se dirige a obtener una evaluación socio económica integral de la unidad familiar del prestatario. Por eso la evaluación deberá incluir el análisis del negocio, que constituye la parte empresarial y el análisis del entorno, que se construye mediante las relaciones familiares. Como resultado del análisis y evaluación de las solicitudes.

FASE 4.

4.1 AUTORIDADES CREDITICIAS Y NIVELES DE APROBACIÓN

Consideraciones Generales

La máxima autoridad de la política crediticia es la Gerencia General, toda otra autoridad es nombrada por éste en función de delegación. Las autoridades de crédito delegadas son:

- Comité o comisiones de crédito nacional
- Comités o comisiones de crédito locales por agencia

La aprobación de una operación de crédito deberá ser autorizada por mínimo dos de los tres funcionarios de los comités, además deberá contar con la recomendación del asesor de crédito responsable de la relación crediticia con el socio.

El único organismo facultado para tomar decisiones que no contemplen las políticas vigentes será el Consejo de Administración.

Conformación

Se integrará un Comité o Comisión de Crédito Nacional, de carácter técnico dentro de la estructura de la Cooperativa y estará integrado por:

Principales:

- Gerente General
- Jefe de Agencia
- Jefe de Crédito

El monto de aprobación de este Comité es de US\$ 2500 en adelante para cada solicitud de crédito.

b. Se integrará un comité o comisión de Crédito en cada sucursal o agencia, este debe ser de carácter técnico dentro de la estructura de la Cooperativa y estará integrado por:

Principales:

- **Gerente de Sucursal o Jefe de Agencia**
- **Jefe de Crédito de Agencia**
- **Asesor de Crédito**

El monto máximo de aprobación de este Comité es de US\$ 2000.000,00 para cada solicitud de crédito en un crédito emergente.

Responsabilidades de los Comités o Comisiones de Crédito

a. Mantener una conducta ética.

b. Cumplir y hacer que se cumplan todos los requisitos legales.

c. Seguir las políticas y procedimientos establecidos.

d. Respetar y mantener el carácter confidencial de la información.

e. Mantener la objetividad en su análisis.

h. Entregar al Departamento de Crédito en forma inmediata las solicitudes de crédito resueltas y los demás documentos necesarios para su respectivo trámite.

Autorización de excepciones

Toda excepción a las políticas de crédito aprobadas por la Gerencia General que no se refiera a tasas, comisiones o montos máximos podrá ser aprobada únicamente por el Comité de crédito nacional.

Carácter confidencial de las actuaciones y decisiones

Tanto las actuaciones como las decisiones del Comité de Crédito como de Sucursales o Agencias son de estricto carácter confidencial y en consecuencia solamente pueden ser divulgadas a través de los canales propios de la Cooperativa a los organismos o personas a quienes compete conocerlas.

Para efecto de información a los socios sobre el resultado de sus solicitudes de crédito, estas serán comunicadas a través de los Asesores de Crédito o el Jefe Crédito, con base en las constancias escritas en las respectivas actas del Comité o Comisión de Crédito.

DE LAS GARANTÍAS

Política general

Para todas las operaciones de crédito la Cooperativa exigirá como respaldo una garantía, pudiendo ser quirografaria, prendaria, hipotecaria, colateral en efectivo y otras permitidas por la ley.

Se consideran a los garantes como prestatarios potenciales, por lo tanto, se aplicarán las mismas normas crediticias como si fuesen prestatarios principales. La capacidad de pago de estos y su reputación deben determinarse y documentarse suficientemente.

Como mínimo se dispondrá de un estado de situación personal actualizado en el que se justificará documentadamente la pertenencia de sus activos principales y el origen de sus ingresos.

Clases de Garantías

El Asesor de Crédito deberá asegurarse que las garantías entregadas para una operación ofrezcan una cobertura adecuada al riesgo crediticio para disponer de una fuente alterna de pago en caso de que no se pueda obtener este de la fuente primaria. A continuación, se detallan las principales clases de garantías que la Cooperativa puede aceptar en respaldo de sus operaciones activas:

a. Garantía Quirografaria: La constituida únicamente por la firma de una o más personas naturales o jurídicas de reconocida solvencia económica y moral.

b. Garantía Prendaria: La constituida por bienes muebles y en las condiciones del préstamo se definirá si esta es con o sin desplazamiento, según su naturaleza y conforme lo determine la Cooperativa. Se establecerá un gravamen prendario en esta garantía.

c. Garantía Hipotecaria: La constituida por bienes inmuebles mediante el establecimiento de un gravamen hipotecario a favor de la Cooperativa en primera hipoteca.

d. Documentos Colaterales: La constituida por valores monetarios en efectivo, cheques precalificados o documentos de inversión a plazo fijo de los mercados de dinero y de capitales.

FASE 5.-

Avalúo de Garantías

Previo a la aceptación de una garantía prendaria o hipotecaria se debe proceder a realizar el avalúo de las mismas. Dicho avalúo debe ser efectuado por personal profesional debidamente calificado por las entidades de control y aceptado por la cooperativa, quien deberá ser designado previamente por la Gerencia General.

Otros Aspectos sobre las Garantías

El prestatario deberá probar que los bienes le pertenecen o que está legalmente autorizado por el propietario para gravarlo, presentando los documentos indispensables que le acrediten, así: certificados del registrador de la propiedad, registrador mercantil o poder

notariado según sea el caso.

En los casos de prenda de inventarios, también se detallará en el documento de formalización y se designará al representante legal de la empresa como depositario de la misma.

Cuando la garantía consista en papeles fiduciarios, estos deberán ser endosados a la Cooperativa por el socio o cliente y posteriormente deberá anotarse dicho endoso en el registro de la Institución autorizada que lo emitió.

Seguros sobre Garantías

El seguro que la Cooperativa acepte se regulará a través de la presente política con el fin de proteger los intereses de la Cooperativa hasta donde sea posible. El acaecimiento de un siniestro sobre las garantías del deudor, así como el fallecimiento de un prestatario, codeudor o cónyuges, podrían dificultar la recuperación del crédito, si no existe un seguro suficiente que cubra esas eventualidades.

Todas las pólizas de seguros contratadas para las garantías ofrecidas deberán estar debidamente endosadas a favor de la Cooperativa.

El Asesor de Crédito, es responsable de mantener vigentes y evaluar la cobertura de los seguros que protegen las garantías asegurables a favor de la cooperativa.

FASE 6

Aceptación de Garantías hipotecarias

Se aceptarán exclusivamente primeras hipotecas con el carácter de hipoteca abierta. No se aceptarán gravámenes de segundo grado (segunda hipoteca), cuando estos bienes se encuentran garantizando obligaciones a otras entidades financieras o comerciales, o lo contrario, cuando el bien este garantizando una obligación a la cooperativa y el prestatario desea realizar una segunda hipoteca a otra institución financiera, se debe

solicitar el reembolso del crédito y el traspaso de dichas garantías al otro acreedor

FASE 7.

DE LAS COBRANZAS

Gestión del asesor de crédito

El asesor de crédito realizará las siguientes actividades para la recuperación de la cartera por cobrar:

a. Llamada telefónica recordatorio

Por lo menos con tres días antes del vencimiento del dividendo, el asesor responsable llamará telefónicamente al socio para recordarle la obligación que está por vencer, debiendo dejar constancia de sus comunicaciones en el listado correspondiente.

FASE 8.

DE LAS FORMA DE PAGO

Por medio de este mecanismo de arreglo, el deudor y/o codeudor, ofrece pagar quincenal, semanal, trimestral, semestral, con el objeto de cancelar la totalidad o parte de una o varias obligaciones.

FASE 9.

PROCESO DE MICROCRÉDITO

SECCIÓN I.- DE LAS TRAMITACIÓN DE LA SOLICITUD

Recepción de la solicitud

EL asesor de crédito deberá demostrar la eficiencia frente a los clientes y el tiempo de atención será cinco minutos, receptar las solicitudes, quien las verificará y revisará si han sido llenadas adecuadamente.

Canalización de la solicitud

Cuando se haya efectuado la verificación de referencias por parte del asesor de crédito conforme lo establecido en el inciso anterior, la solicitud será tramitada.

Entrevista del Asesor de Crédito con el solicitante

La entrevista personal permite:

Establecer una relación personalizada con el cliente,

- Conocer efectivamente el destino del crédito,
- Identificar la frecuencia de los ingresos del cliente.

Remisión de las propuestas crediticias a las instancias superiores

Una vez que el Asesor de Crédito haya receptado las propuestas crediticias y sustentado su análisis deberá someterlas a las instancias superiores de aprobación según lo indicado en este Manual, verificando que toda la información contenida en la documentación sea correcta y clara y agregará otra si la hubiera para contribuir a dar mejores elementos de juicio para resolver objetivamente, asimismo agregará sus recomendaciones que las considere pertinentes y las presentará al nivel correspondiente para su resolución.

SECCIÓN II.- DEL ANÁLISIS DE LA SOLICITUD

Propósito del análisis

El propósito del análisis del crédito es el de establecer la solvencia económica del socio / cliente y poder tomar la decisión adecuada para su aprobación. El Asesor de Crédito o quien haga sus veces es el responsable de esta función. En el análisis de crédito es necesario interpretar con objetividad la consistencia de:

- La solicitud de crédito,
- La entrevista personal,
- El destino del crédito.

El análisis de la solicitud de crédito

Los factores a tomar en cuenta al respecto son:

a. Carácter

Con el carácter se determina la estabilidad y cumplimiento del prestatario (socio) de sus diversos compromisos personales. Indicadores de carácter comprenden:

- Estabilidad de residencia,
- Estabilidad laboral.
- Experiencia crediticia con la Cooperativa,
- Referencia de créditos comerciales.

b. Capacidad de pago

Comprende la capacidad que tiene el socio / cliente para cubrir todas las obligaciones adquiridas, constituyéndose en el principal elemento para tomar la resolución de otorgarle o no el crédito solicitado. Los indicadores que sirven para medir la capacidad de pago actual y futura del cliente comprenden:

- Ingresos familiares mensuales (sueldos, alquileres, intereses, honorarios, comisiones, bonificaciones, utilidades comerciales, etc.),

c. Capital (Respaldo Patrimonial)

El patrimonio del socio / cliente que esté libre de todo gravamen, ofrece un mayor respaldo a la Cooperativa al momento de determinar la capacidad de pago del usuario.

d. Colateral (Garantía)

Colateral es. El Asesor de Crédito o la persona que haga el análisis respectivo deberá determinar, según la naturaleza del riesgo del crédito, la clase de garantía por solicitar, a fin de dar la suficiente cobertura al monto requerido.

Evaluación de la solicitud y verificación de cifras

La solicitud será sometida a una evaluación de factibilidad, verificando las cifras tanto de sus ahorros como de sus obligaciones directas y contingentes con la Cooperativa, así como la experiencia dentro y fuera de la Cooperativa, sin perjuicio de la verificación de los datos personales, referencias personales y demás información presentada. Asimismo se deberá evaluar y verificar la información del o los garantes.

SECCIÓN III.- DE LA DECISIÓN SOBRE SU APROBACIÓN

Resolución

En cualquiera de los niveles resolutivos, se emitirá una resolución que contenga todos los elementos de crédito y la firma de quien aprueba, esta servirá a la parte operativa que procesa el desembolso, como autorización para proceder conforme a la resolución.

Remisión de las Solicitudes

Toda transacción crediticia, deberá enviarse con su evaluación técnica y recomendaciones al nivel respectivo y este a su vez aprobará o negará con sus comentarios de sustentación.

Notificación al Solicitante

Inmediatamente que una resolución ha sido emitida y notificada al Departamento de Crédito, se notificará lo resuelto al solicitante, usando para ello la vía más rápida posible.

DE LA CONCESIÓN DE MICROCRÉDITOS

Políticas en la concesión de créditos

El asesor deberá en todo momento observar las siguientes políticas al conceder los créditos:

a. En el primer crédito es obligatorio el realizar el proceso de inspección y verificación. Es obligación del asesor de crédito el mantener completa y actualizada la carpeta del socio. Como medidas de control interno, no se autorizará, bajo ningún concepto, la salida de pagarés para su firma fuera de las oficinas de la cooperativa.

Documentación mínima

En un primer crédito o en caso de variación en la situación del prestatario y/o de sus garantes es obligatoria la presentación mínima de la siguiente documentación:

a. Copias de las cédulas de identidad y certificado de votación actualizado, del prestatario, garantes y sus respectivos cónyuges en caso de ser casados.

b. Certificación de los ingresos económicos de la empresa o institución en donde trabaja. En caso de no tener relación de dependencia deberá presentar documentación suficiente que prueben sus ingresos.

d. Copia de documentos que certifiquen domicilio del socio y garantes

En el caso de créditos con garantía hipotecaria es obligatoria la presentación de los siguiente documentos:

f. Escritura pública del bien inmueble a hipotecarse.

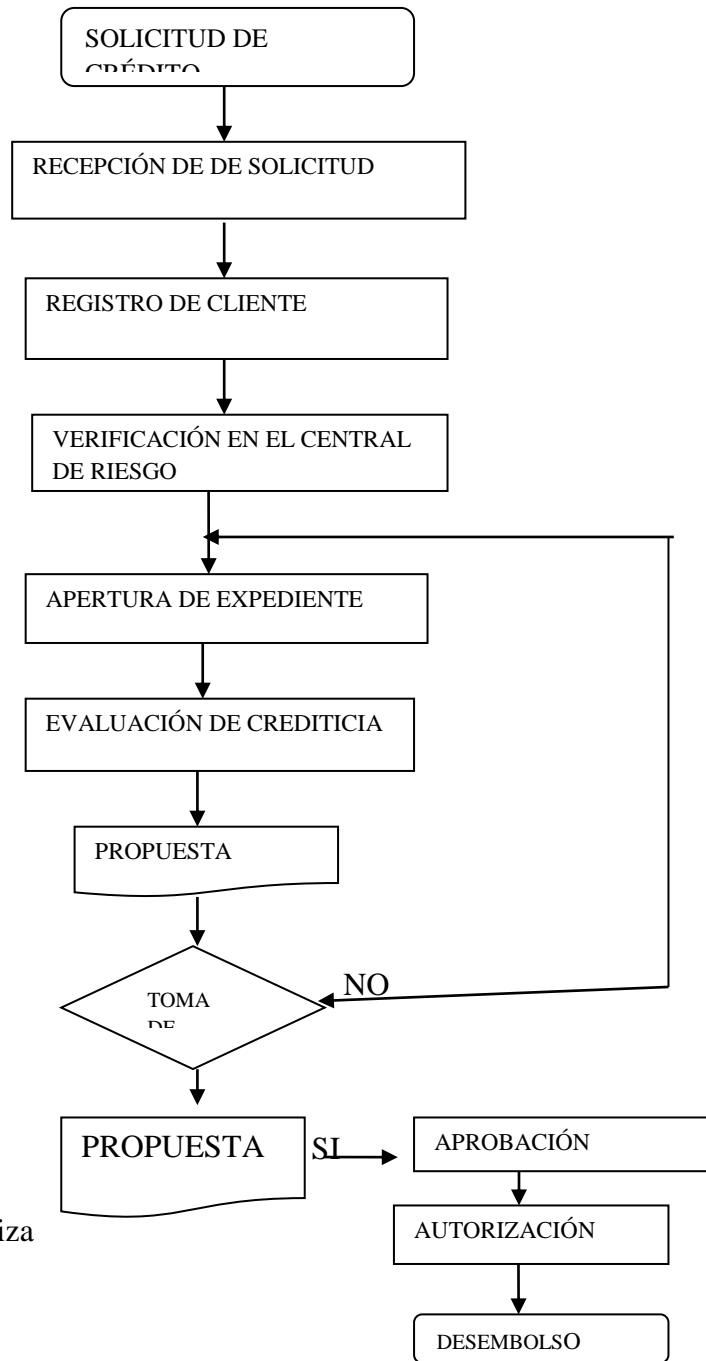
g. Carta de pago de impuesto municipal actualizada (Predio Urbano)

la fuente secundaria de pago que el solicitante pone a consideración de la Cooperativa

Fuente: investigación

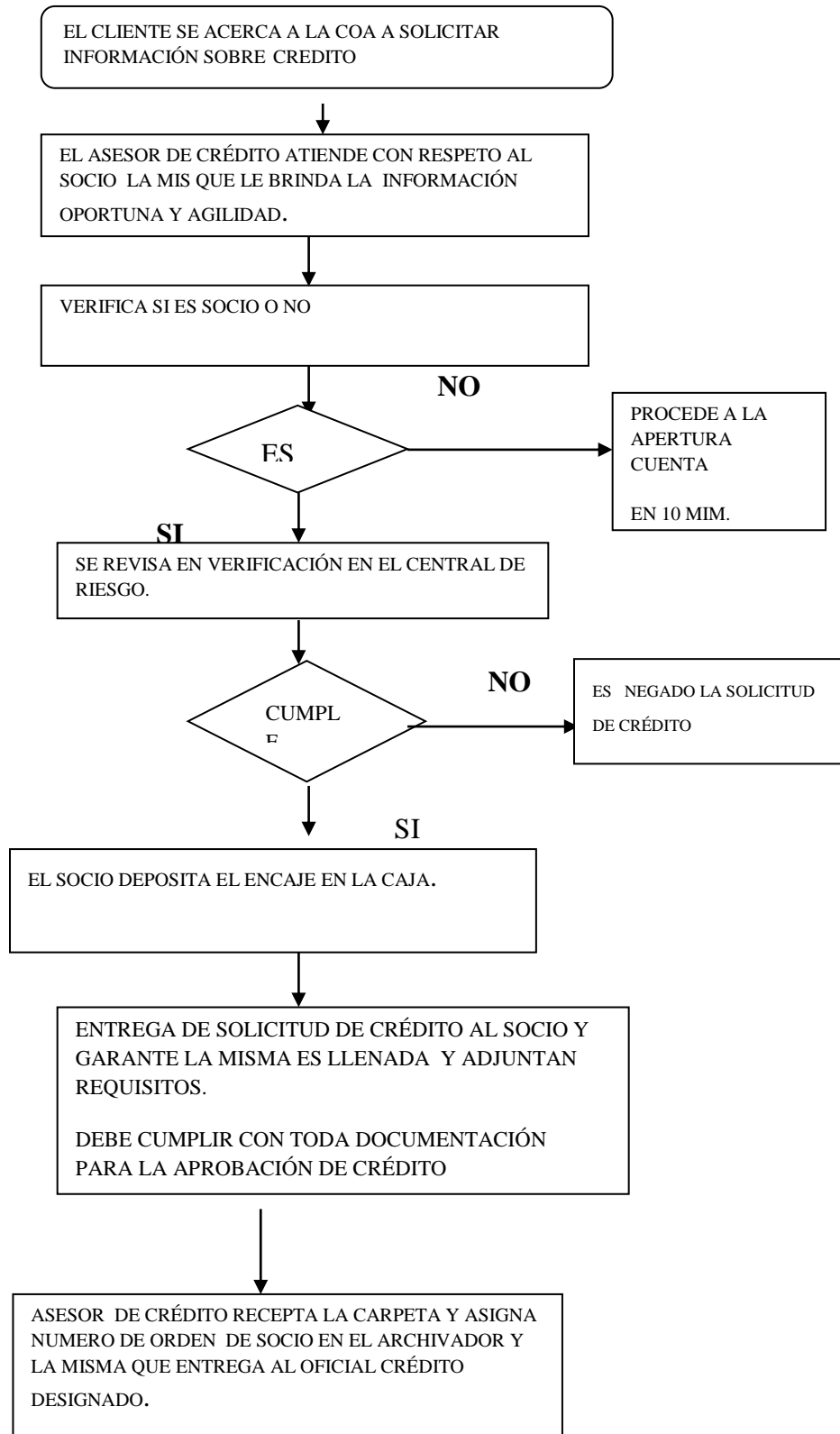
Elaborado por: Nancy Masaquiza

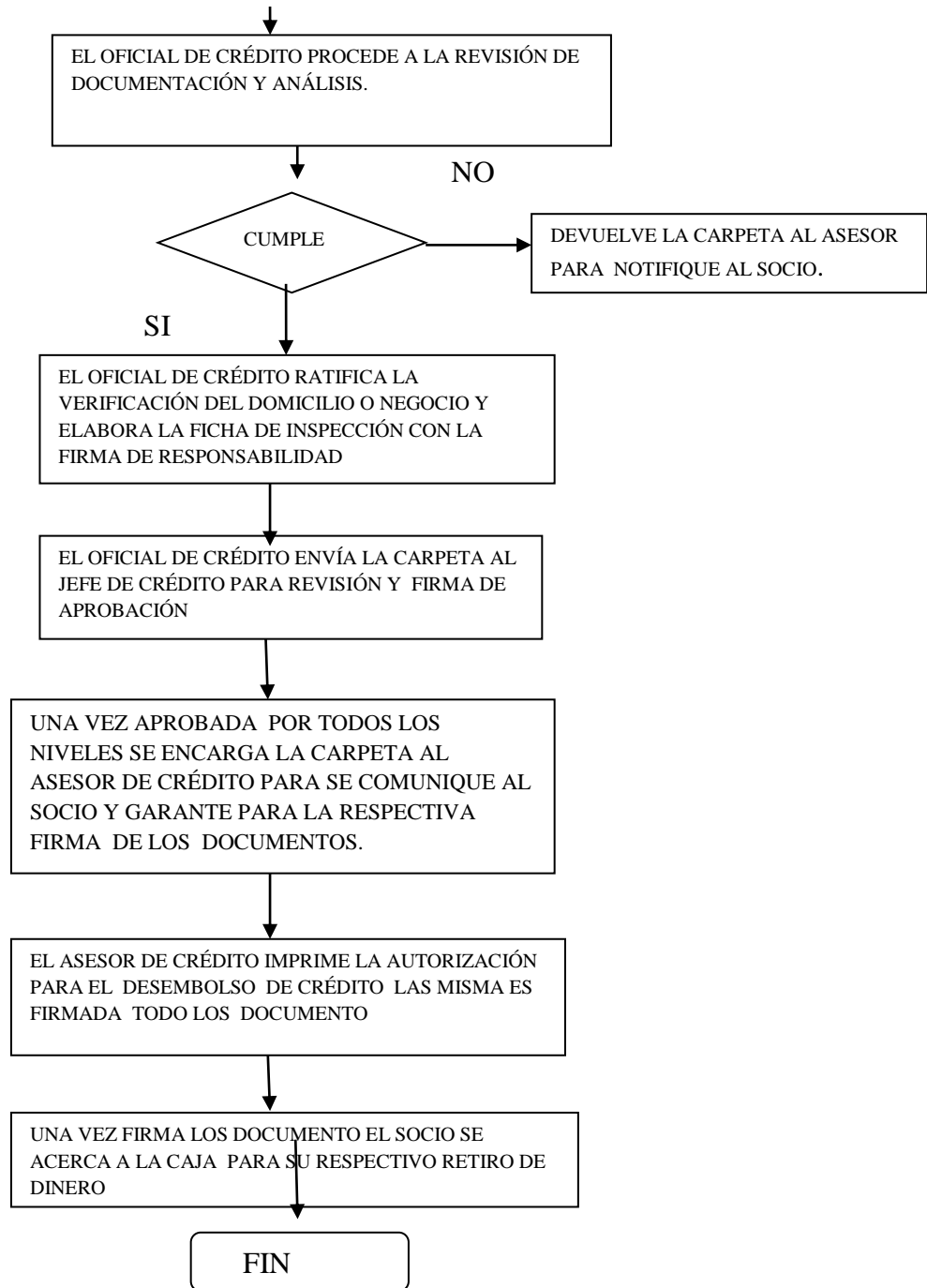
Grafico 16 .DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO DE MICROCRÉDITO



Elaborado: Nancy Masaquiza

GRAFICO 17. FLUJO GRAMA DEL PROCESO DEL MICROCRÉDITO





ELABORADO POR: Nancy Masaquiza

Fuente: Investigación

DESARROLLO DEL PROCESO DE MICROCRÉDITO

DE LAS TRAMITACIÓN DE LA SOLICITUD

Recepción de la solicitud

EL asesor de crédito deberá demostrar la eficiencia frente a los clientes y el tiempo de atención será 10 minutos, receptor las solicitudes, quien las verificará y revisará si han sido llenadas adecuadamente, misma manera verificara si es socio o no y consultara en sistema de central de riesgo de otra instituciones financiera , por ende evitar contratiempo a la cooperativa.

Canalización de la solicitud

Cuando se haya efectuado la verificación de referencias por parte del asesor de crédito conforme lo establecido en el inciso anterior, la solicitud será tramitada.

Entrevista del Asesor de Crédito con el solicitante

La entrevista personal permite:

Establecer una relación personalizada con el cliente,

- Conocer efectivamente el destino del crédito,
- Identificar la frecuencia de los ingresos del cliente.

Remisión de las propuestas crediticias a las instancias superiores

Una vez que el Asesor de Crédito haya receptado las propuestas crediticias y sustentado su análisis deberá someterlas a las instancias superiores de aprobación según lo indicado en este Manual, verificando que toda la información contenida en la documentación sea correcta y clara y agregará otra si la hubiera para contribuir a dar mejores elementos de juicio para resolver objetivamente, asimismo agregará sus recomendaciones que las considere pertinentes y las presentará al nivel correspondiente para su resolución.

DEL ANÁLISIS DE LA SOLICITUD

Propósito del análisis

El propósito del análisis del crédito es el de establecer la solvencia económica del socio / cliente y poder tomar la decisión adecuada para su aprobación. El Asesor de Crédito o quien haga sus veces es el responsable de esta función. En el análisis de crédito es necesario interpretar con objetividad la consistencia de:

Se deberá tomar en cuenta mínimo de 30 minutos para analizar las solicitudes requeridas de esa manera ofrecer la agilidad de los tramites solicitados por socios.

- La solicitud de crédito,
- La entrevista personal,
- El destino del crédito.

El análisis de la solicitud de crédito

Los factores a tomar en cuenta al respecto de C son:

a. Carácter

Con el carácter se determina la estabilidad y cumplimiento del prestatario (socio) de sus diversos compromisos personales. Indicadores de carácter comprenden:

- Estabilidad de residencia,
- Estabilidad laboral.
- Experiencia crediticia con la Cooperativa,
- Referencia de créditos comerciales.

b. Capacidad de pago

Comprende la capacidad que tiene el socio / cliente para cubrir todas las obligaciones adquiridas, constituyéndose en el principal elemento para tomar la resolución de otorgarle o no el crédito solicitado. Los indicadores que sirven para medir la capacidad de pago actual y futura del cliente comprenden:

- Ingresos familiares mensuales (sueldos, alquileres, intereses, honorarios, comisiones, bonificaciones, utilidades comerciales.

Relación entre los ingresos y el total de los gastos (alimentación, educación, alquileres, transporte, servicios, pagos de deudas generales y a instituciones financieras, misceláneos). Si la relación (gastos totales/ingresos totales) es de un 70% o menos, indica que la capacidad de pago para atender nuevos compromisos es de al menos 30%, lo cual se constituye en una relación aceptable,

- Como la Cooperativa está expuesta a recibir una información distorsionada sobre los ingresos y gastos, es necesario que cuente con estadísticas de gastos promedio por unidad familiar según el número de miembros de la misma de acuerdo a la ciudad, cantón o provincia en que opere (esto para la matriz, sucursales o agencias). Para el caso de los ingresos, se atenderá con suficiente acuciosidad los respectivos documentos de respaldo.

Con esta información podrá comparar adecuadamente con la suministrada en la solicitud respectiva y en la entrevista hacer las aclaraciones del caso, reservándose el derecho de rechazar la solicitud que considere haya sido entregado con datos fuera de la realidad.

c. Capital (Respaldo Patrimonial)

El patrimonio del socio / cliente que esté libre de todo gravamen, ofrece un mayor respaldo a la Cooperativa al momento de determinar la capacidad de pago del usuario.

d. Colateral (Garantía)

Colateral es la fuente secundaria de pago que el solicitante pone a consideración de la Cooperativa. El Asesor de Crédito o la persona que haga el análisis respectivo deberán determinar, según la naturaleza del riesgo del crédito, la clase de garantía por solicitar, a fin de dar la suficiente cobertura al monto requerido.

Evaluación de la solicitud y verificación de cifras

La solicitud será sometida a una evaluación de factibilidad, verificando las cifras tanto de sus ahorros como de sus obligaciones directas y contingentes con la Cooperativa, así como la experiencia dentro y fuera de la Cooperativa, sin perjuicio de la verificación de los datos personales, referencias personales y demás información presentada. Asimismo se deberá evaluar y verificar la información del o los garantes.

Análisis técnico

Toda solicitud deberá ser sometida a un análisis técnico, basado especialmente en la solvencia moral y la capacidad de pago del solicitante y cuando sean montos en los cuales la Cooperativa se involucre en un riesgo mayor, deberá profundizarse en el análisis de sensibilidad, de coyuntura económica y de costo-beneficio.

DECISIÓN SOBRE SU APROBACIÓN

Resolución

En cualquiera de los niveles resolutivos, se emitirá una resolución que contenga todos los elementos de crédito y la firma de quien aprueba, esta servirá a la parte operativa que procesa el desembolso, como autorización para proceder conforme a la resolución.

Remisión de las Solicitudes

Toda transacción crediticia, deberá enviarse con su evaluación técnica y recomendaciones al nivel respectivo y este a su vez aprobará o negará con sus comentarios de sustentación.

Notificación al Solicitante

Inmediatamente que una resolución ha sido emitida y notificada al Departamento de Crédito, se notificarlo resuelto al solicitante, usando para ello la vía más rápida posible

Formalización

La formalización del crédito estará detallada en el respectivo manual de procedimientos operativos de crédito

DESEMBOLSO

El desembolso de crédito es aquel proceso en que el área de créditos confirma al área de caja la acreditación a la cuenta del socio el valor de la operación.

VERIFICACIÓN

Recibida la información en la zona de operación, revisara que los documentos sean originales, no tenga alteraciones, y que los valores aprobados del créditos sean iguales a los que conste en el pagare.

Después de esta revisión se realizara el desembolso imprimiendo un documento en donde se observara el valor aprobado.

SEGUIMIENTO

Toda operación de crédito debe tener un seguimiento para verificar la efectividad del dinero que se entrega al socio.

SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE CARTERA

Cartera vigente

La cooperativa vigente es aquella que la cooperativa ha otorgado a sus socios y se encuentra al día en sus pagos.

Los socios que tengan crédito en cartera vigente ,son catalogados clientes tipo A establecido en la calificación de riesgo : según las normas estipuladas para las instituciones financieras.

POLÍTICAS

Para los procesos de recaudación de cartera se toman lo siguientes aspectos:

- ❖ Se realiza llamadas telefónicas de recordatorios a los socios con 48 horas de anticipación a la fecha de vencimiento.
- ❖ La cooperativa realizara debito automáticos de la cuenta del socio en la fecha de vencimiento
- ❖ La revisión de la cartera vigente se realizara con frecuencia diaria.

Procesos de recaudación de cartera vigente se toman lo siguientes aspectos:

- La persona encargada del área de crédito verificara en el sistema todo los días los vencimiento de los socios
- Previo las 48 horas de vencimiento, el oficial de crédito realizara las llamadas telefónicas recordatorios de los socios.
- El socio cancelara la deuda del crédito a través del área de cajas.

- Si el socio que no acude a cancelar la cuota respectiva hasta la fecha de vencimiento se considera automáticamente como cartera vencida.

CARTERA VENCIDA

La cartera vencida es la sumatoria de los valores no cancelar en las fechas establecidas en la tabla de amortización, hay que diferenciar entre carera vencida. La cartera vencida solo es la porción del crédito que ha sido cancelado.

La cartera vencida es el producto de incumplimiento de pago del crédito de parte del socio.

POLÍTICAS

- Para una labor efectivo de cobranza será necesario segmentar a la cartera de acuerdo a las características comunes de los socios y las cuentas ,entre estas producto ,ubicación geográfico, Imagen corporativo, antigüedad, forma de pagos, requisitos:
- **La recuperación de cartera en mara estará cargo de los siguiente :**
- De 1 a 30 días Área de crédito
- De 31 a 60 días Área de crédito
- De 61 a 90 días Jefe de crédito
- Mayor a 90 días Legal (abogado externo)

PROCESO DE RECUPERACIÓN DE CARTERA

- El oficial creidito por el área de crédito efectuar al inicio de las labores la revisión de la cartera vencida.
- El oficial de crédito realizara llamadas telefónicas a los socios o garantes que estén pendientes de la cuota de vencimiento.

- El oficial de crédito establecerá un compromiso verbal de pago con el socio y verificara que se cumpla con el compromiso establecido con la cancelación y entrega del comprobante de pago.
- El oficial de crédito entregara reporte de socio moroso que no cumplieron con el acuerdo al jefe de crédito.
- Un asesor de crédito acudirá a visitar al domicilio del socio o garante y entregar la notificación de aviso de vencimiento.
- El asesor verificara si el socio cancelo los valores respectivo en la notificación.
- De no cumplir con la primera notificación, se realizara una nueva visita para entregar la segunda notificación al socio en un lazo de 15 días posteriores.
- Igualmente el asesor verificara si el socio cancelo los valores a pagar.
- Al no obtener resultado favorables en la segunda notificación, el asesor procede a entregar el listado al jefe de crédito.
- Una vez agotadas todas las instancias de recuperación de créditos vencidos, el jefe de crédito y la gerencia se proceden a entregar toda la documentación pertinente al abogado para inicie el cobro por la vía judicial.

DE LAS COBRANZAS

Gestión del asesor de crédito

El asesor de crédito realizará las siguientes actividades para la recuperación de la cartera por cobrar:


a. Llamada telefónica recordatorio

Por lo menos con tres días antes del vencimiento del dividendo, el asesor responsable llamará telefónicamente al socio para recordarle la obligación que está por vencer, debiendo dejar constancia de sus comunicaciones en el listado correspondiente.

b. Llamada telefónica, visita al sitio de trabajo o visita al hogar

A partir del primer día de vencida una cuota, nuevamente se contactará telefónicamente o por visita personal al prestatario notificándole el atraso, utilizando la Forma No. 1, para dejar evidencia escrita de la gestión de cobro efectuada.

Cuadro7: NOTIFICACION DE VENCIMIENTO DE OBLIGACION

 COOPERATIVA DE AHORRO Y MUSHUC ÑAN						
Notificación de vencimiento de Obligación						
Socio N.-	Nombre	N.- Operación	Cuenta N.-	Valor vencido	Fecha vcto	Observaciones

ELABORADO POR: Nancy Masaquiza.

Gestión de cobradores

La gestión de cobranzas puede ser delegada a cobradores, a fin de mantener una cartera lo más sana posible, para el efecto se deben aplicar las siguientes políticas:

- a. Los porcentajes o valores de los gastos de cobranzas, a aplicarse a los socios, serán autorizados por la Gerencia General.
- b. Los valores de cobranzas deberán ser conocidos y aceptados por los socios
- c. Ya que los créditos vencidos generan intereses de mora y otros gastos legales, como excepción Gerencia General podrá exonerar estos cobros a fin de llegar a acuerdos de pago.

d. Los cobradores recibirán un porcentaje de comisión sobre los valores recuperados.


Los cobradores se encargarán además de la entrega de la **Notas de cobro** (Forma No. 2); esta comunicación se debe enviar transcurridos 1 día de vencida la obligación, es decir después del recordatorio de pago efectuado por parte de asesor y una vez que el cobrador haya recibido del asesor una instrucción en este sentido.

Esta misiva de cobro tiene la característica de ser una notificación formal al deudor principal y garante(s), de la inminente iniciación de acciones legales en su contra y simultáneamente contra sus codeudores o garantes, por parte de la Cooperativa. Es una comunicación en donde se fija una posición extrema, una actitud de cobro judicial; pero al mismo tiempo se deja abierta la posibilidad de plantear soluciones de pago por los canales institucionales y dentro de las políticas de arreglo vigentes como la reestructuración del plazo.

Copia de la presente nota de cobro, se debe archivar invariablemente en la carpeta de crédito del deudor. La Cooperativa debe tener evidencia escrita mediante certificado o acuso de recibo de la entrega de la nota de cobro. El plazo máximo de que se otorga a los deudores dentro de esta última nota de cobro, hasta agotar todos los recursos posibles para su recuperación.

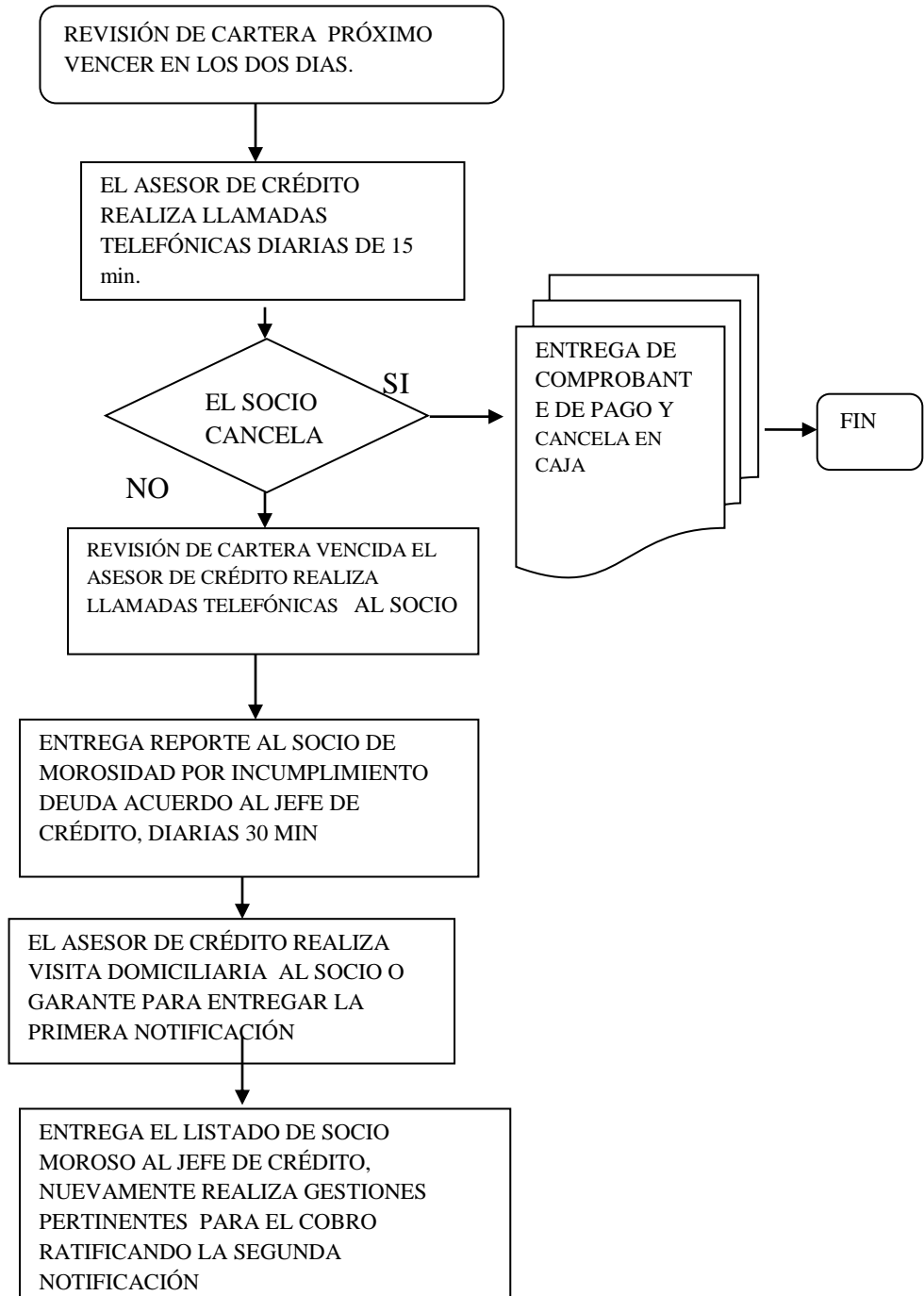
Cuadro 8: Notificación de Cobro

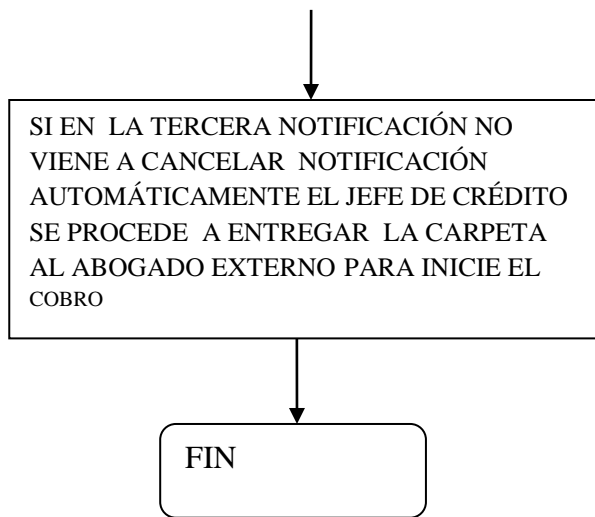
Forma N.- 2

 <p>COOPERATIVA DE AHORRO Y MUSHUC ÑAN NOTIFICACIÓN DE COBRO</p>
SOCIO N° _____ Salasaka a, _____ de _____ de 2012__
Señor(a) _____ (SOCIO)
Señor(a) _____ (GARANTE 1)
Señor(a) _____ (GARANTE 2)
Notificamos a Usted que su crédito tiene un atraso de _____ días de morosidad por el valor de US\$ _____ Dólares Americanos.
Por lo que debe presentarse inmediatamente a cancelar sus saldos en mora en el plazo de 48 horas.
Caso contrario procederemos a tomar en primera instancia las ACCIONES Y COBRANZAS _____
__EXTRAJUDICIALES correspondientes.
Atentamente,.....
DPTO. DE CRÉDITO _____

Elaborado por: Nancy Masaquiza.

GRAFICO 18 .DIAGRAMA DE FLUJO DEL SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE CARTERA.





Elaborado por: Nancy Masaquiza M.

Cuadro 9: nivel de satisfacción del socio / clientes

Nivel de satisfacción	Porcentaje	Incremento esperado	Resultado esperado
Insatisfacción	26,2%	-	21,2%
Complacencia	50,8%	-	50,8%
Satisfacción	24,6%	5%	29,6%

Elaborado por: Nancy Masaquiza

Elaborado por: Nancy Masaquiza

Fuentes: Investigación

Al presente, la cooperativa de ahorro y crédito mantiene un nivel de insatisfacción del 26,2%, asimismo el 50,8% se encuentran en l zona de complacencia, por lo tanto no están satisfecho ni insatisfechos. Por lo cual se pretende cambiar la actitud del cliente con la implementación de este manual de proceso de microcrédito logrando satisfacer las expectativas de los socios en un 5%, quienes son la parte importante de la entidad, en cuanto a información y agilidad en la concesión de los créditos.

Al implementar la propuesta en la cooperativa, como se espera, el impacto de la misma se reflejara en el incremento de los socios activos y satisfechos de la oportuna atención a sus requerimientos, retornaran los socios que se han encontrado inactivos e ingresaran nuevos socio a la institución, captando así la fidelidad del cliente.

Por lo tanto la inversión de \$295 es oportunidad y también se evidencia en el ámbito económico –social, ya que con un manual proceso efectivo de otorgamiento de microcréditos mejorara la calidad de servicio en la cooperativa.

La misma que permitirá mejorar la condición de vida del socio – cliente mediante la agilidad en el otorgamiento de crédito.

PLAN DE ACCIÓN

CUADRO 10

6.7.4 PLAN DE ACCIÓN

OBJETIVO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	COSTO	TIEMPO	INDICADOR DE EVALUACIÓN
Formular políticas y reglamentos de créditos de una manera transparente y eficaz	Elaborar políticas y reglamento de crédito.	Departamento de crédito	100\$	Treinta días	Manual de proceso microcrédito, cronograma de actividad. Informe mensual
	Planificar instrumentos necesarios para crediticio.	Gerencial general, jefe de crédito y cobranza	0\$	Un mes	
	Presentar aprobación del instrumento.	Gerencia general, consejo de administrativo.	80\$.	Una semana	
Definir procedimiento de diagrama de flujo de proceso de microcrédito	Elaborar diagrama de flujo de proceso de flujo para la Presentación y aprobación.	Departamento crédito y jefe de crédito.	60\$	dos semana	% de cumplimiento de colocación

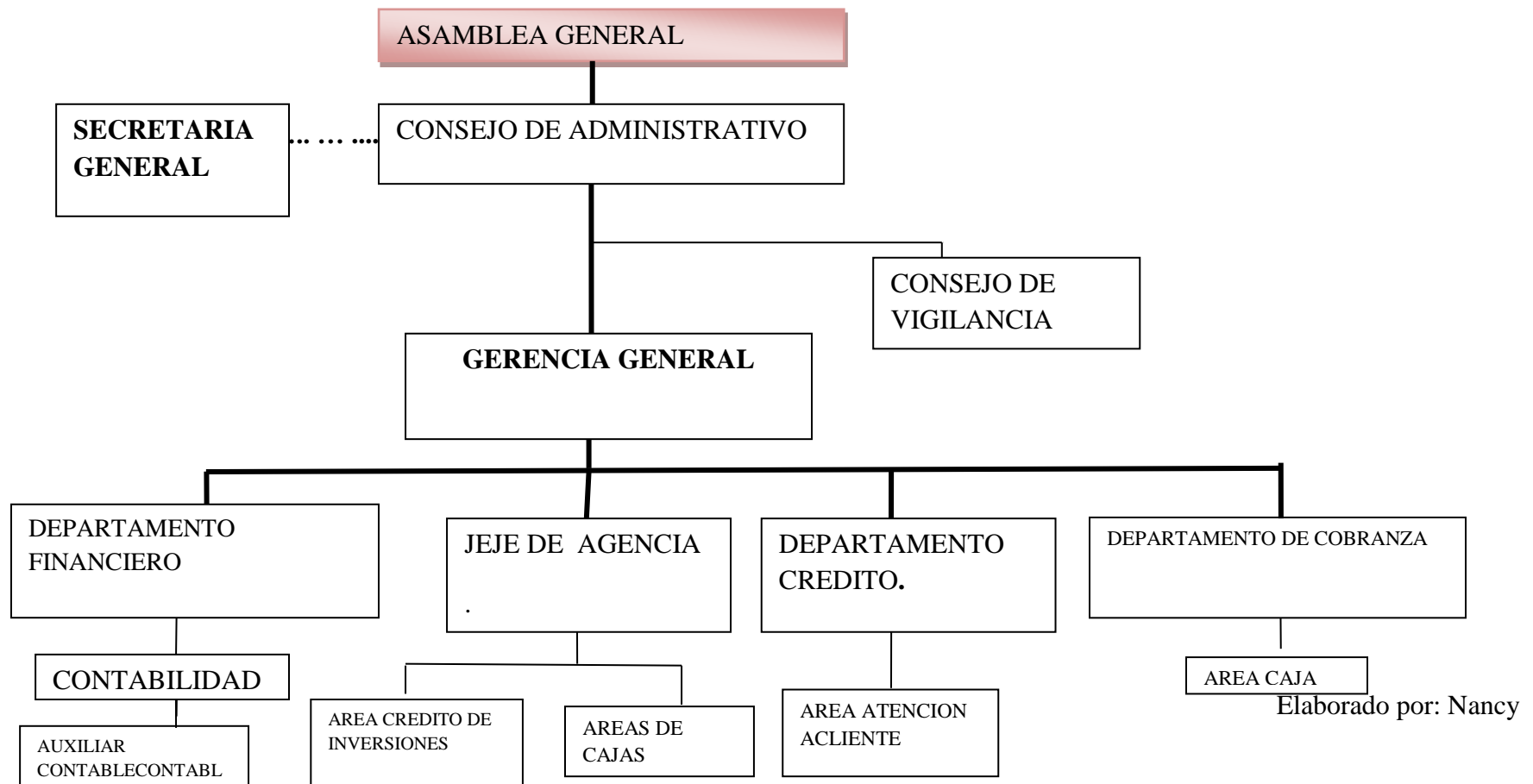
		Gerencial general ,jefe de crédito y cobranza	0	Una semana	Manual de proceso.
Desarrollo de políticas y procedimiento de proceso microcrédito	Definir procedimiento de crediticios prácticos que permita de guía y garantice la efectividad de cumplimiento de políticas de cooperativa.	jefe crédito	55\$	quince días	%De morosidad

Elaborada por: Nancy Masaquiza

Fuente: Investigación

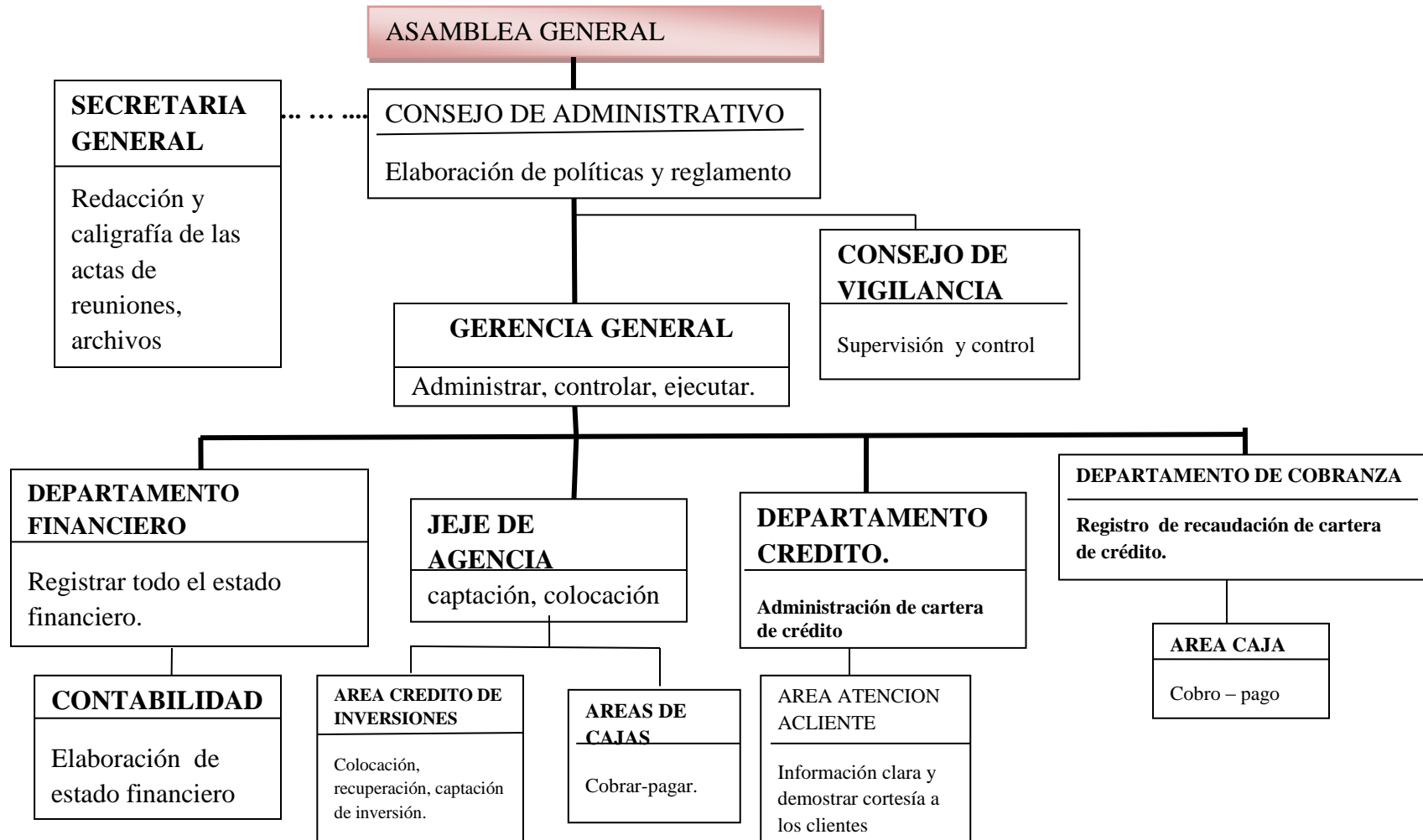
6.8. ADMINISTRACIÓN DE PROPUESTA

Grafico 19: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: Nancy

Grafico 20: ORGANIGRAMA FUNCIONAL.



Elaborado: Nancy Masaquiza

Manual de función para cooperativa de ahorro y crédito Mushuc Ñan.

Concejo de administración

- Elaborar planes de proyecto para el desarrollo de las actividades financieras y sociales para el beneficio de la cooperativa.
- Aprobar reglamento y estatutos.
- Nombrar a: gerente, secretario, tesorero, contador y funcionario.
- Determinar sueldo del gerente y empleados.
- Tomar decisiones sobre el retiro admisión de socios
- La fiscalización económica.
- Las decisiones toman con voto favorable de la mayoría de los miembros del consejo asistentes

Gerencia

- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones del consejo
- Controlar y vigilar que la contabilidad este bien administrada
- Presentar informes mensualmente
- Presentar proyectos y presupuesto.

Secretaria general

- Redactar actas, organizar reuniones y manejo de activo en orden.
- Revisar e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar con eficiencia el trabajo asignado.
- Recibir llamadas telefónicas y hacer llamadas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos

Consejo de vigilancia

- Cuidar el correcto funcionamiento y la eficiencia administrativa de la cooperativa.

- Ser responsables del cumplimiento de sus funciones frente a la asamblea general de socios a la cual rendirán la información.
- Controlar.

Área de caja

- Recibir depósito
- Entregar retiros
- Cobrar préstamos

Jefe de crédito

- ❖ Coordinar con gerencia y el área financiera sobre necesidades de recurso para cubrir las colocaciones diarias de crédito.
- ❖ Analizar y calificar las solicitudes de microcréditos.
- ❖ Aprobar o negar microcréditos que se encuentran en el cupo
- ❖ Controlar en forma diaria los niveles de morosidad
- ❖ Elaborar reportes mensuales de la cartera vigente y vencidas.

Oficial de crédito/ asesor de crédito.

- ❖ Entregar la información general sobre los servicios y productos ofertados por la cooperativa.
- ❖ Asesorar a los socios en el manejo de créditos.
- ❖ Analizar y calificar las solicitudes de crédito.
- ❖ Visitar a los socios para confirmar la veracidad de la información suministrada.
- ❖ Confirmar la veracidad de las referencias expresadas en la solicitud
- ❖ Notificar a los socios y garantes con problema de morosidad.
- ❖ Elaborar reporte en el control de morosidad y cartera vencida.

Contabilidad

- ✓ Elaborar la contabilidad y presentar el balance.
- ✓ Realizar el análisis financiero.

- ✓ Asesorar a la gerencia en el manejo de la contabilidad.

Atención al cliente

- ✓ Brindar una buena información clara y con cortesía.
- ✓ Apertura de cuentas.
- ✓ La recepción de quejas y reclamos

Auxiliar contable

- Recibir registro de control de personal
- Realizar los asientos contables diarios
- Realizar retención tributaria
- Ingresar depósitos de ahorros.

6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Se pueden reconocer las diferentes funciones frecuentemente atribuidas a la evaluación de las mismas que no son excluyentes sino complementarias y algunas se explican a través de unas ideas más generalizadas que se tiene sobre la evaluación. Para facilitar el plan de evaluación se utilizará la siguiente matriz

Tabla13: Previsión de la Evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué evaluar?	Para mejorar la calidad de servicio en los procesos de microcrédito.
2. ¿Para quienes evaluar?	La consejo administración y jefe de agencia
3. ¿Sobre qué aspecto evaluar?	Procesos de microcrédito y Calidad de Servicio
4. ¿Quién?	Alumna de la Universidad Técnica de Ambato de la FDA.
5 ¿Por qué evaluar?	Por la demora que se están presentando en la otorgación microcréditos, lo cual ha ocasionado insatisfacción en los socios.
6 ¿.Cuándo?	Encuesta: Del 23 de mayo l al 12 junio
7 ¿Donde?	Cooperativa Mushuc Ñan. Matriz Salasaka.
8 ¿En qué condiciones?	Se considerará las siguientes técnicas: Encuestas

Fuente: Investigación

Elaborado por: Nancy Masaquiza

Bibliografía

Para la realización del proyecto de investigación, se requirió el apoyo bibliográfico de los siguientes autores:

BESLEY, S. y BRIGHAM E. (2009). Fundamentos de administración financiera. 10ª Edición. Editorial Consegraf. México. Página 5,34.

KARKAINEN, P.(2007). Grandes casos empresariales el estilo Nokia sus métodos para liderar un sector. Editorial Rotapapel. España. Página 69, 77-79.

GARCÍA, J. (2007). Marketing internacional. 2ª Edición. Editorial Mc Graw Hill. México. Página 363.

Según Juan Carlos A, (2006, p. 228) Marketing Bancario Relacionar.

ZEITHAML VALARIA A. Y MARY JO BITMER. (2002), Marketing de servicio, Segunda edición, Impreso en México, Pág. 2.

ZEITHAML VALERIA, JO BILMEN MARY. (2002), Marketing de servicio, Segunda edición, Impreso en México, Editorial McGRAW.HILLS.A, Pág. 2.

WHEELEN, T. y HUNGER, D. (2007). Administración. Estratégica y Política de Negocio. 10ª Edición. Editorial Person Education. México. Página 3, 12, 18, 349, 346.

Douglas Hoffman .K, John E. Fundamentos de marketing de servicio, concepto, estrategias. Internacional Thomson editorial S.A México Copyright 2002. Segunda edición.

Rojas, Héctor. 2009. Mejoramiento de la calidad de servicio mediante la orientación al cliente y el compromiso de la empresa .Editorial: El Cid Editor .Argentino 2009.

CECNA GTZ. Administración de crédito.

Medel Prieto, Andrés ,2009. Satisfacción del cliente y medición del cliente.

http://es.wikipedia.org/wiki/Estrategias_de_marca

Pérez Merayo, Guillermo Augusto .Cobranza bancaria .universidad complutense Madrid
4328 -1000.

[s.wikipedia.org/wiki/Gesti3n_de_calidad_total](http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti3n_de_calidad_total)

Según Ginebra Joan y Rafael Arana de la Garza (1992, p. 127)

Según Russell F, Beach y R. Buskirk. (1984, p. 11)

Según Wellington P (2000, p. 92)

Disponiblehttp://www.conquito.org.ec/financiamiento/index.php?option=com_content&view=article&id=68:iqus-una-garantquiografaria&catid=50:garant-crto&Itemid=3 (10/11/11)

<http://www.iberfinanzas.com/index.php/G/garantia-prendaria.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Garant%3%ADa>

http://es.wikipedia.org/wiki/Reingenier%3%ADa_de_procesos

George Gerald Reisman, 2001, el ahorro (el ahorro). Disponible.

<http://es.wikipedia.org/wiki/ahorro> (10/11/11)

ANEXO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

Como estudiante de la Universidad Técnica de Ambato Facultad Ciencias Administrativa de la Carrera de Organización de Empresas, e iniciado un estudio proceso de microcrédito y su incidencia en la calidad de servicio , con el objetivo de recopilar la información primaria, conocer cuál es motivo o problema que está atravesando la misma, y así buscar alternativas de solución mediante .

Su opinión es muy importante para nosotros, para planear nuestros esfuerzos de mejora en el servicio financiero gracia por colaboración

.Instrucciones:

Distinguido trabajador de la empresa:

Yo Nancy Masaquiza Egresado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, solicito comedidamente a usted contestar las siguientes preguntas, marcando con una X en las alternativas correspondientes, en cada una de los ítems. Sus respuestas son muy importantes para alcanzar el objetivo planteado.

1. ¿Cuánto tiempo se demoran en los proceso de tramites solicitados de microcrédito en la cooperativa?

1-5 días.

5-10 días

10-15 días

15-20 días

Mayor a 30 días

2. ¿Cuál de los elementos de proceso de microcréditos se debe mejorar en la cooperativa?

La forma de pago

Requisitos

Garantias

Las tasas de interes

Políticas de estrategias

3. ¿cuál es la capacidad del monto que le permitieron adquirir en un microcrédito emergente solicitado en la cooperativa?

500-1000

1000-1500

1500-2000

2000-2500

Mayor 2500

4. ¿La información que le brindó el asesor de crédito acerca a los requisitos y condiciones para acceder al microcrédito fue?

Eficiente

Claro

bueno

Regular

pesimo

5. ¿Las formas de pago que usted adquiere en los microcréditos son?

semanal

mensual

trimestral

Semestral
Quincenal

6.¿cuál de los tipos de micro créditos usted se acede más para su necesidad en la cooperativa?

Vivienda
comercial
agricola
consumo
educacion

7.-¿ qué tipo de garantía usted a utilizado en el microcrédito en la cooperativa?

Hipotecario
Personal
Prendario
Quirografaria
Ninguna

8.- ¿La calidad de servicio que le prestan en la cooperativa como son?

Excelentes
Buenos
Muy Buenos
Regulares
Pésimos

9. ¿Qué le motivo a retornar a utilizar los servicios de microcrédito de la cooperativa?

ubicación
agilidad en los proceso de microcredito
forma de pago
Condiciones
Forma de la cooperativa

10. ¿Usted a cuantas personas a recomendado para que le solicite microcréditos en la cooperativa?

1-2 persona

2-3 persona

3-4 persona

4-5 persona

5 más de cinco personas.

Gracias por su colaboración.

.



ÁRBOL DEL PROBLEMA

