

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto
investigación previo a la obtención del Título de
Licenciado de Empresas**

**TEMA: “La dirección estratégica como mecanismo
en la gestión del servicio de la Cooperativa de Ahorro
y Crédito Kisapincha Ltda. en la ciudad de Ambato”**

AUTOR: Tatiana Alexandra Sánchez Duncan

TUTOR: Dr. MBA Walter Ramiro Jiménez Silva

AMBATO – ECUADOR
Marzo 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. MBA Walter Ramiro Jiménez Silva

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“La dirección estratégica como mecanismo en la gestión del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kisapincha Ltda. en la ciudad de Ambato”** presentado por la señorita **Tatiana Alexandra Sánchez Duncan** para optar por el título de Licenciado de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 13 de marzo 2023



Dr. Walter Jiménez Silva MBA
C.I.: 0501797351

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Tatiana Alexandra Sánchez Duncan**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Tatiana Alexandra Sánchez Duncan
C.I.: 1804208369

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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



Ing. Mg Edwin Javier Santamaria Freire
C.I.: 1802931426



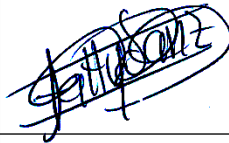
Ing. MBA Oswaldo Santiago Verdesoto Velástegui, PhD
C.I.: 1802890036

Ambato, 13 de marzo 2023

DERECHOS DE AUTOR

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

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



Tatiana Alexandra Sánchez Duncan
C.I.: 1804208369

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dirigido a mis padres, Ivonne y Jorge ya que son quienes me han apoyado en los buenos y malos momentos motivándome a seguir adelante con su cariño y consejos para ser cada día una mejor persona.

A mi hija Galilea, quien es la persona más importante en mi vida y mi razón por progresar, se ha convertido en mi fuente de inspiración ya que es quien brinda su amor incondicional, me motiva en cada instante para luchar por ser mejor es mi mayor impulso para cumplir todos mis objetivos.

Tatiana Alexandra Sánchez Duncan

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso porque es quien me bendice con salud y vida me brinda la sabiduría para poder culminar una etapa importante en mi vida, por lo cual me ha permitido luchar para conseguir mis objetivos tanto profesionales como personales.

Mi fraterno agradecimiento a mi querida Universidad Técnica de Ambato, mi Facultad Ciencias Administrativas y a mi carrera Organización de empresas, por haber abierto sus puertas para así permitirme educarme, a mis docentes por transmitir y brindar sus conocimientos ya que estos me ayudan para crecer en el ámbito profesional, así mismo a mis queridos compañeros que formaron parte de esta etapa maravillosa de mi vida.

Mi agradecimiento especial al Dr. Mba. Walter Jiménez por haber compartido su conocimiento y enseñanza, tiempo y sus consejos, para guiarme en el desarrollo de este proyecto.

A mis familiares y amigos, por todo el apoyo y palabras de aliento para motivarme y fomentar en mí el deseo de superación en la vida.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	i
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	ii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xiv
CAPITULO I.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1. Tema de investigación.....	1
1.2. Antecedentes investigativos	1
1.3. Justificación	2
1.4. Objetivos	3
1.4.1. Objetivo general	3
1.4.2. Objetivos específicos.....	4
1.5. Descripción del Problema	5
1.6. Árbol de Problemas.....	5
1.6.1. Análisis Crítico.....	7
1.7. Fundamentación teórica	7
1.7.1. Categorías Fundamentales.....	7
Administración.....	9
Gestión empresarial.....	9
Proceso administrativo	10
Dirección.....	10
Dirección estratégica.....	11
Diagnostico estratégico	12
Análisis interno	12
Análisis Externo	13
FODA	13
Implementación.....	14
Plan operativo	14
Indicadores de gestión.....	15

Competitividad.....	15
Calidad.....	16
Gestión de calidad.....	17
Calidad de servicio.....	17
Gestión de servicio.....	17
Planificación.....	18
Objetivos.....	19
Estrategias.....	19
Control.....	20
Previo.....	20
Concurrente.....	21
Posterior.....	21
CAPITULO II.....	22
METODOLOGÍA.....	22
2.1. Métodos.....	22
2.1.1. Enfoque Cuantitativo.....	22
2.1.2. Bibliográfica o Documental.....	22
2.1.3. Enfoque Descriptivo.....	23
2.1.4. De campo.....	23
2.1.5. Hipótesis.....	23
2.1.6. Encuesta.....	24
2.2. Población.....	24
2.3. Muestra.....	25
2.4. Validación por expertos.....	26
2.5. Fiabilidad del instrumento de investigación.....	26
CAPITULO III.....	28
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	28
3.1. Análisis y discusión de los resultados.....	28
3.2. Verificación de la hipótesis.....	43
3.2.1. Correlación de Spearman.....	43
CAPITULO IV.....	45
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
4.1. Conclusiones.....	45
Bibliografía.....	47
Anexo 1.....	53
Anexo 2.....	55

Anexo 3.....	57
Anexo 4.....	59
Anexo 5.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problemas	6
Figura 2: Categorías Fundamentales.....	8

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Segmentación de sucursales Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda.	25
Tabla 2: Estadísticos de Fiabilidad	27
Tabla 3: Género.....	28
Tabla 4: Rango de edad.....	29
Tabla 5: Nivel de instrucción máximo alcanzado.....	30
Tabla 6: Misión visión y valores.....	31
Tabla 7: Cumplimiento	32
Tabla 8: Plan estratégico.....	33
Tabla 9: Matriz FODA.....	34
Tabla 10: Dirección.....	35
Tabla 11: Recursos tecnológicos.....	36
Tabla 12: Servicio	37
Tabla 13: Calidad.....	38
Tabla 14: Fidelización.....	39
Tabla 15: Parámetros	40
Tabla 16: Comunidad.....	41
Tabla 17: Estándares de calidad.....	42
Tabla 18: Escala de rangos de relación.....	43
Tabla 19: Correlación de Spearman.....	44
Tabla 20: Operacionalización de la variable independiente	57
Tabla 21: Operacionalización de la variable dependiente	58

ÌNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género.....	28
Gráfico 2: Rango de edad.....	29
Gráfico 3: Nivel de instrucción máximo alcanzado.....	30
Gráfico 4: Misión, Visión y Valores.....	31
Gráfico 5: Cumplimiento	32
Gráfico 6: Plan estratégico.....	33
Gráfico 7: Matriz FODA.....	34
Gráfico 8: Dirección.....	35
Gráfico 9: Recursos Tecnológicos	36
Gráfico 10: Servicio.....	37
Gráfico 11: Calidad.....	38
Gráfico 12: Fidelización.....	39
Gráfico 13: Parámetros	40
Gráfico 14: Comunidad.....	41
Gráfico 15: Estándares de calidad.....	42

RESUMEN EJECUTIVO

La cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda., ubicada en la ciudad de Ambato, se encuentra ubicada en la ciudad de Ambato, es una empresa que forma parte del sistema financiero dedicada a la prestación de servicios financieros por lo cual es importante ya que es fuente de desarrollo económico y social tanto para los sectores urbanos como para el sector rural.

La presente investigación tiene como objetivo indagar que la dirección estratégica influye como mecanismo en la gestión del servicio de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda., ubicada en la ciudad de Ambato, con la finalidad de mejorar la calidad de sus servicios financieros.

El aporte principal de esta investigación es identificar como la dirección estratégica al ser aplicada correctamente a través de estrategias que permitan mejorar su calidad en el servicio, del mismo modo buscan crecer y ser competitiva en el mercado.

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizó como medio de recolección de información la encuesta, la misma que se aplicó a los colaboradores de la cooperativa, por lo tanto, para la comprobación de la hipótesis se empleó el método estadístico de Spearman el cual permitió concluir que la adecuada dirección estratégica si permitirá mejorar la gestión del servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. en la ciudad de Ambato.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, DIRECCIÓN ESTRATÉGICA, GESTIÓN DEL SERVICIO, CALIDAD.

ABSTRACT

The savings and credit cooperative Kisapincha Ltda., located in the city of Ambato, is located in the city of Ambato, it is a company that is part of the financial system dedicated to the provision of financial services for which it is important since it is source of economic and social development for both the urban and rural sectors.

The objective of this investigation is to investigate that the strategic direction influences as a mechanism in the service management of the savings and credit cooperative Kisapincha Ltda., located in the city of Ambato, with the purpose of improving the quality of its financial services.

The main contribution of this research is to identify how the strategic direction to be applied correctly through strategies that allow better quality in service, in the same way they seek to grow and be competitive in the market.

For the development of the present investigation, the survey was used as a means of collecting information, the same one that was applied to the collaborators of the cooperative, therefore, for the verification of the hypothesis, the statistical method Spearman was used, which allowed to conclude that the adequate strategic direction will allow to improve the management of the service in the cooperative of savings and credit Kisapincha Ltda. in the city of Ambato.

KEY WORDS: STRATEGIC DIRECTION, SERVICE MANAGEMENT, QUALITY,

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Tema de investigación

“LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA COMO MECANISMO EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO KISAPINCHA LTDA. EN LA CIUDAD DE AMBATO”.

1.2. Antecedentes investigativos

Para dar sustento al trabajo investigativo se basará por medio de trabajos anteriores, a través de juicios teóricos los cuales permitirán dar soporte al tema de investigación, por lo tanto, se busca proporcionar un contraste a los antecedentes investigativos, los cuales ayudaran a dar un direccionamiento adecuado a las variables que se plantean en la presente investigación.

La base para un manejo y organización dentro de la empresa es de suma importancia que se enmarque la dirección estratégica, para los cuales se presentan a continuación trabajos investigativos a nivel internacional y así fundamentar, es así como Gutiérrez (2021) en su artículo mencionado con el tema *“Dirección estratégica y ventaja competitiva de la cooperativa de ahorro y crédito San Cristóbal de Huamanga de la Ciudad de Ayacucho, 2020”* menciona que la dirección estratégica es un mecanismo que permite a las empresas u organizaciones estudiar de forma trascendental con el fin de acomodar y crear un ambiente adecuado para alcanzar sus objetivos para lo cual en dicho artículo plantearon el método inductivo, así como también buscaban establecer la relación entre la dirección estrategia y la ventaja competitiva.

Según los autores González, Cantero, & Leyva (2021) en su artículo *“Gestión del servicio al cliente para lograr ventajas competitivas en empresas comercializadora”* considera que llevar en las empresas una buena gestión del servicio es primordial para la organización ya que de esto depende para poder identificar cuáles son sus principales deficiencias al momento de brindar el servicio, por lo que en la actualidad existe una gran competencia en los mercados y las empresas buscan llegar a ser más competitivas para así satisfacer las necesidades de sus clientes.

Así también se hace una referencia investigativa a nivel nacional que se menciona en el siguiente artículo científico, según el autor Pérez (2017) en su artículo titulado “*La importancia de la dirección estratégica para el desarrollo empresarial*” menciona que la dirección estratégica es una parte fundamental para quienes dirigen una organización ya que de esto depende como se va a llevar a cabo las principales tareas, así como también permite plantear los objetivos y como adaptarse al entorno cambiante que se presenta día a día, es decir es la forma en la que se direcciona a una empresa para que tenga rentabilidad.

Igualmente, para Choez & Moreira (2020) en su artículo titulado “*La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factores de competitividad en las empresas del servicio- Ecuador*” indica que para que una empresa tenga éxito depende de la demanda de sus clientes, es decir que su propósito es implementar la gestión del servicio y la calidad en la organización, por lo cual en esta investigación se aplicó el método de enfoque cualitativo con el fin de realizar una exploración documental-bibliográfica, para lo cual se tuvo como resultado de qué manera se puede llegar a conceptualizar la gestión del servicio y la calidad como un proceso indispensable para las empresas de servicio.

Del mismo modo, tomado de un artículo local los autores Ordóñez, Franco, & Freire (2018) en su investigación “*La dirección estratégica como mecanismo de mejoramiento de la gestión administrativa, caso CONLAC-T de la provincia de Tungurahua*” lo cual se basó en un paradigma crítico-social- positivo el permitió cual analizar la realidad socioeconómica y buscar una solución a los problemas que presenta la organización, es por esto que la dirección estratégica es una de las herramientas más importantes, los mismos que permiten determinar la planificación que se lleva a cabo en la organización y por lo que se busca determinar que existe poca organización en los procesos y actividades para lo cual se lleva una planificación estratégica adecuada para hacer correcciones respectivas.

1.3. Justificación

Por medio de esta investigación se analizará los temas relacionados con la dirección estratégica, así como también la gestión del servicio que brindan las entidades financieras, para lo cual se busca generar discusión acerca del tema de estudio, mismo

que se pretende determinar si las organizaciones manejan adecuadamente los procesos de la dirección con el fin de proporcionar un servicio de calidad a través de un personal altamente capacitado.

La importancia de estos procesos es establecer fortalezas, oportunidades, amenazas, y debilidades en una organización para así poder analizar procesos internos que necesitan ser mejorados o reestructurados. El impacto que estos procesos genera en la dirección estratégica conlleva a que se brinde una atención de calidad a los usuarios precautelando ser muy efectivos en el servicio que aporta la institución financiera.

Una vez definidos los procesos de acuerdo con su influencia como la misión, visión, que son claves para el éxito, los mismos que necesitan ser priorizados y medidos que permitan llevar un control sobre su rendimiento e identificar si los recursos se han destinado de manera eficiente.

El efecto generado por la dirección estratégica brindara un apoyo positivo dentro de las instituciones financiera, precautelando que los servicios que prestan a los usuarios sean de calidad, así como también sean accesible a todo tipo de cliente. La sociedad opta adquirir estos servicios por parte de entidades financieras ya que los beneficios que les ofrecen les permita continuar con sus actividades económicas sin ningún tipo de problema.

Con este estudio se pretende ampliar los conocimientos que se han adquirido académicamente en la Universidad Técnica de Ambato, para ser aplicados en la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha y direccionados al tema de investigación con sus variables dirección estratégica y gestión de servicio mismo que aportará sus directrices y procedimientos en el campo laboral dentro de la institución financiera obteniendo mayor beneficio en sus servicios.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la dirección estratégica incide como mecanismo en la gestión del servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. de la ciudad de Ambato.

1.4.2. Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la dirección estratégica y la gestión de servicio en sector financiero cooperativo del segmento 3.
- Recopilar información mediante métodos, técnicas, procedimientos e instrumentos de investigación científica para el procesamiento y análisis de las variables objeto de estudio.
- Valorar el nivel de correlación entre la dirección estratégica y la gestión de servicio por medio de estadígrafos empleados en la gestión administrativa.

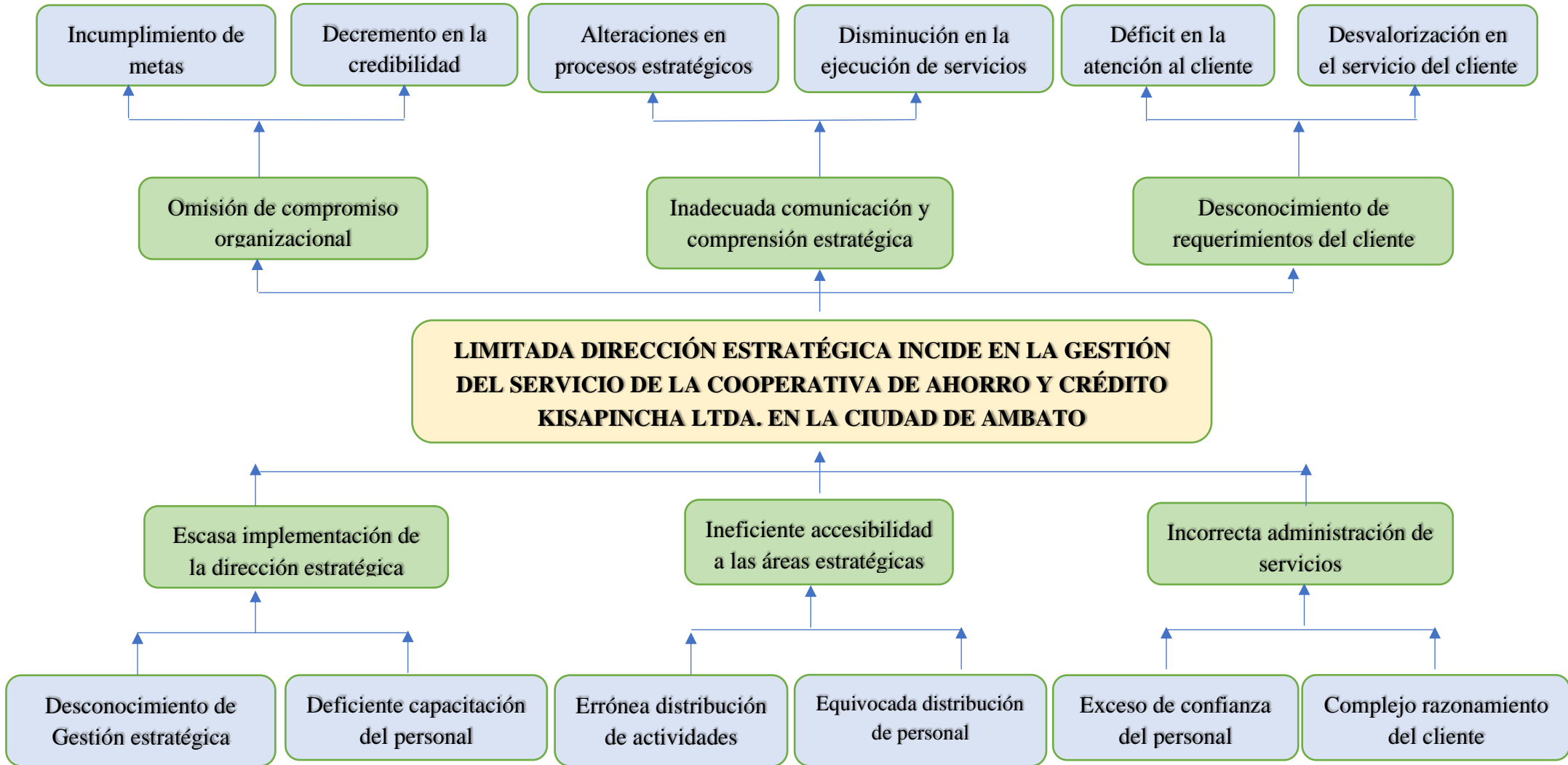
1.5. Descripción del Problema

¿Cómo la limitada dirección estratégica incide en la gestión del servicio de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. en la ciudad de Ambato?

1.6. Árbol de Problemas

Considerado como un instrumento que permite entender la problemática existente dentro de un estudio investigativo, donde se prioriza su resolución de este. Dentro del mismo se establece elementos considerados como causa y efecto para lo cual se debe delimitar las condiciones negativas percibidas por las personas involucradas con el problema de estudio (Flores Ludeña, 2018).

Figura 1: Árbol de problemas



Elaborado por: Tatiana Sánchez

1.6.1. Análisis Crítico

El desconocimiento de la dirección estratégica con la que cuenta la organización, así mismo la deficiente capacitación del personal a llevado a que se produzca una escasa implementación de la dirección estratégica, por lo tanto, esto genera un problema por lo cual ocasiona que exista una limitada dirección estratégica como mecanismo en la gestión de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. correspondiente a la ciudad de Ambato. En efecto este problema ha presentado alteraciones como son: la omisión de compromiso organizacional, así como también el incumplimiento de metas e induciendo al decremento de credibilidad de la organización.

Además, la errónea distribución de actividades y la equivocada distribución de personal ha llevado a que exista una ineficiente accesibilidad en las áreas estratégicas, todo esto prolongando a la generación de una inadecuada comunicación y comprensión estratégica, dando lugar a alteraciones en procesos estratégicos y la disminución en la ejecución de servicios ofertados por la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda.

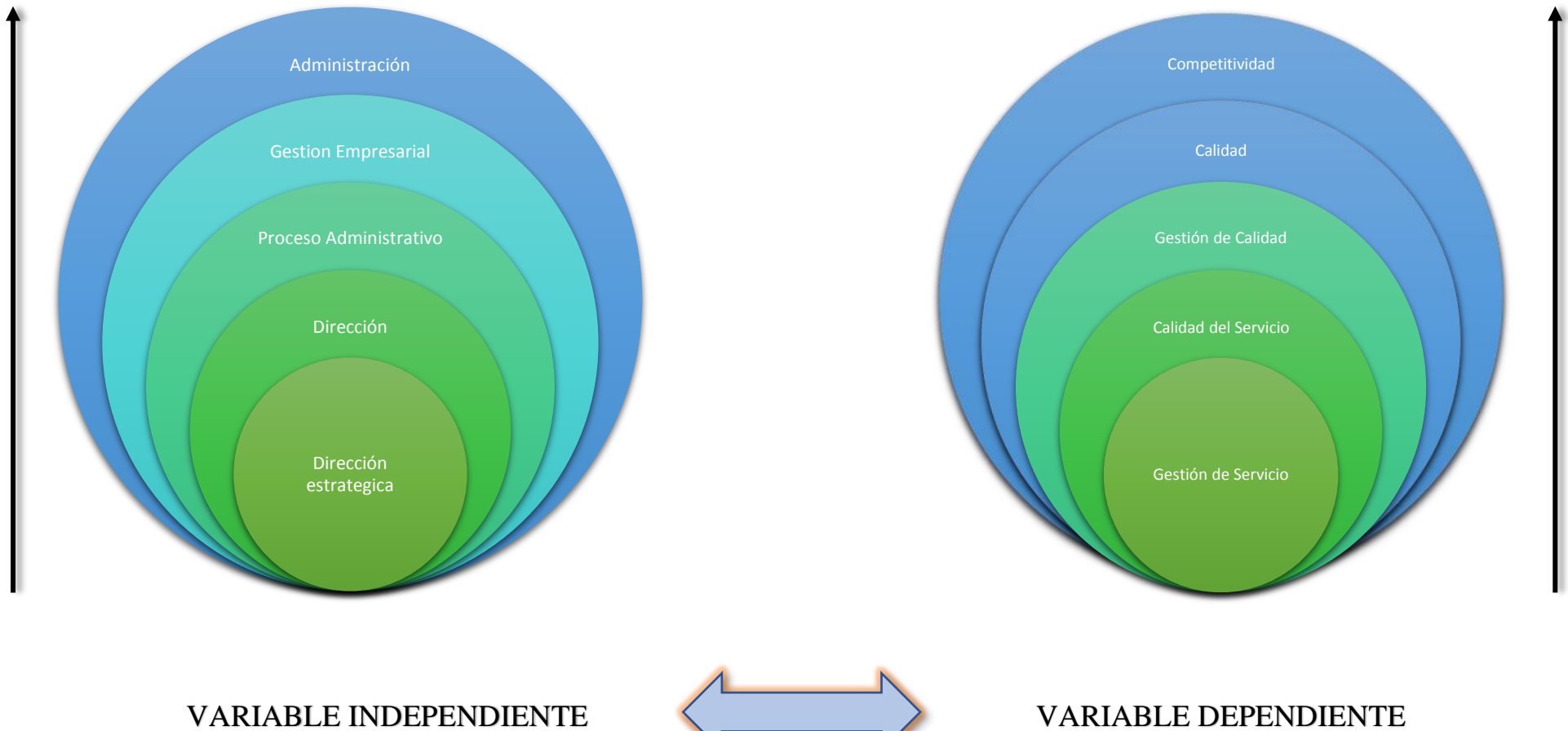
Finalmente, el exceso de confianza con el que cuenta el personal de la institución y el complejo razonamiento del cliente han provocado una incorrecta administración de sus servicios, además de eso se ha venido generando un desconocimiento de los requerimientos del cliente, dando efecto a un déficit en la atención del cliente y la desvalorización en el servicio del cliente por consecuencia del problema surgido en la institución financiera.

1.7. Fundamentación teórica

1.7.1. Categorías Fundamentales

Dentro de la presente investigación se plantea el uso de la categorización de variables mismo que permitirá sustentar el estudio correspondiente, así como se detalla en la siguiente figura.

Figura 2: Categorías Fundamentales



Elaborado por: Tatiana Sánchez

Administración

Según Mero (2018) se refiere a la administración como un conjunto de principios, técnicas y prácticas los mismos que permiten la ejecución de diversas funciones para así poder optimizar todos los recursos que posee la organización y la importancia de llegar alcanzar sus objetivos a través de las funciones administrativas como lo son planear, organizar, dirigir, y controlar.

Para Ortega (2019) define a la administración se puede definir como un proceso social en el cual se enfoca la responsabilidad al momento de planear de manera eficiente cada una de las operaciones de una organización con el fin de lograr alcanzar su propósito, así como también procura el bienestar y progreso del trabajo organizado y coordinado.

La administración es el proceso que busca utilizar de manera más eficiente los recursos para lograr los objetivos institucionales mediante la planificación, organización, ejecución y control de los recursos, por lo tanto, para lograr sus fines la administración debe aplicar de forma coordinada los recursos humanos, intelectuales, técnicos, materiales y financieros para buscar la estabilidad y desarrollo de la organización.

Gestión empresarial

La gestión empresarial según Suárez (2018) define como la actividad empresarial aquella que busca mejorar la competitividad y la productividad de una organización por lo que es importante determinar cuáles son las acciones que influirán de forma directa en el éxito por lo tanto a través de una reunión con expertos se debe identificar los problemas y así plantear nuevas estrategias que permitan dar soluciones.

De acuerdo con Quintana (2020) describe a la gestión empresarial como el responsable de satisfacer las necesidades de los clientes, así como también el mejoramiento de los productos y servicios para lo cual se debe cumplir con fases del proceso administrativo y lograr conseguir mediante la misión y la visión los objetivos planteados, por lo tanto, busca considerar los cambios del entorno para enfocarse en los escenarios que se puedan dar en un futuro.

De acuerdo con los criterios se sustenta que la gestión empresarial tiene como objetivo formular estrategias para el correcto desarrollo, crecimiento y posicionamiento de una

organización, así mismo trata de asegurar la eficacia de la acción y obtener los resultados deseados sin dejar de lado a la competencia ya que son ellos los que nos obligan a optimizar los procesos.

Proceso administrativo

Según los autores Mendoza & Mendoza, (2019) mencionan que al proceso administrativo se lo define como una secuencia de fases, las mismas que permiten llevar a cabo la práctica administrativa, es decir se enfoca en el inicio de las actividades administrativas como también en su principal objetivo, por lo tanto, busca crear una estructura organizada que permita desarrollar y fomentar en la organización una cultura gerencial.

El proceso administrativo se basa en ciertas funciones que son planear, organizar, y controlar de manera integral y de manera independiente para alcanzar a lograr sus objetivos, es decir se refiere a las operaciones que permitan modificar sus estructuras básicas de la organización con el fin de mejorar tanto de manera interna como externa. (Ortiz, Mero, Castro, & Sánchez, 2021)

El proceso administrativo es un conjunto de etapas cuyo propósito es lograr que las metas de la organización se cumplan de la manera más eficiente, así mismo permite utilizar los recursos laborales y tecnológicos y materiales con que cuenta una persona para poder controlar los recursos para enfrentarlos de manera más organizada y de forma eficaz.

Dirección

Para el autor Duque (2018) considera que la dirección, es una de las funciones con mayor relevancia con la que cuenta el proceso administrativo, pues consigue que se realice todo lo planeado con el fin de tomar en cuenta que a su cargo se encuentra una autoridad con un cargo jerárquico para priorizar así la toma de decisiones. Es de considerar que la dirección va a necesitar que se inspeccionen ciertas decisiones que se han tomado.

De esta forma el dirigir se debe considerar una acción para liderar y procurar que el administrador influya en un grupo social, por otro lado, busca llevar a que se ejecuten

cada una de sus actividades y lograr conseguir así el logro de objetivos de la organización.

Así mismo, para Chiavenato (2017) citado por Vasquez, Parrales, & Morales (2021) la dirección se encuentra ligada con la acción como también la puesta en marcha y se encuentra enfocada en las personas puesto que se hace uso del recurso humano con el que cuenta la organización. Es indispensable asignar a cada una de las personas con las que cuenta la organización sus cargos y sus funciones, así como también deben ser entrenadas, guiadas e incluso motivadas para alcanzar cada uno de los objetivos planteados por la organización.

Por lo tanto, la dirección forma parte de la administración ya que es considerada un elemento el cual se encarga de la realización eficiente de las metas, procesos que se ha planeado a través de un administrador el mismo que se supervisa, controla y monitorear para que se cumplan de manera ordenada.

Dirección estratégica

Se define a la dirección estratégica como el proceso que está enfocado en buscar mejorar a la empresa a través de indicadores que permitan evaluar los procesos, para lograr identificar si esta, brinda un buen servicio por medio de etapas del proceso los cuales son la formulación, implementación y evaluación de la estrategia (Rodríguez, 2020).

La dirección estrategia se refiere a la capacidad para aplicar conocimientos en la toma de decisiones, con el fin de llegar a obtener los objetivos previamente planteados los cuales se llevarán a cabo únicamente si los subordinados se encuentran involucrados en el mismo fin, ya que esto permite que se pueda conseguir de mejor manera las metas propuestas de la organización (Rozo Sánchez, 2019).

Ante las definiciones planteadas por los autores, se puede decir que la dirección estratégica se encuentra enfocada en buscar la mejora de la organización, mediante el uso de indicadores que permitan identificar para así determinar a cada uno de los procesos realizados en la misma. Por lo tanto, es así como la dirección estratégica es

utilizada en la toma de decisiones, para priorizar y controlar que se cumplan con cada uno de los objetivos propuestos por la organización.

Diagnostico estratégico

El diagnostico estratégico se define como parte fundamental de cierta actividad con el fin de conocer y analizar los recursos que posee la organización, del mismo modo que su situación financiera, para que de esta manera se pueda realizar correcciones y mejoras para mantener su competitividad y crecimiento en el mercado (Serrano Amado A. M., 2019).

Como indica Vértice (2010) citado por Serrano, Castro, & Amado (2019) El diagnostico estratégico se encuentra orientado a la evaluación de cada una de las capacidades específicas que se gestiona en un sistema, dentro de esta se debe considerar variables de tipo externo donde se ven inmersos los mercados así mismo diferentes variables como son: los clientes, la tecnología y la demanda existente en el entorno de este segmento.

Como indican los autores, el diagnóstico estrategico es el medio por el cual se analiza un cambio el mismo que se encuentra en incertidumbre hacia un cambio de conocimiento, el mismo que, servira para una adecuada dirección; no obstante se debe considerar que este diagnostico se lo realiza dentro de la organizacion con indicadores que permitan medir los signos vitales de la misma y llevar un control adecuado.

Análisis interno

Para Guerras (2007) citado por Arellano (2019) considera que el análisis interno es el entorno en el cual se define los puntos tanto fuertes como débiles con los que cuenta la organización mismos que servirán para evaluar el potencial de esta y permita establecer una estrategia que pueda hacer frente a la competencia y así llegar al logro de objetivos.

Así mismo, para Jhonson (2006) citado por Arellano (2019, el análisis interno de las organizaciones llega a producirse al momento de que se implementan estrategias desde sus propias capacidades, se llega a considerar como el principal método que llevara al desarrollo estratégico de la organización.

De acuerdo con las definiciones de los autores, el análisis interno se encuentra direccionado a conocer las fortalezas y debilidades de la organización, la misma que permite establecer estrategias que ayudan a tener a un crecimiento organizacional, del mismo modo, está enfocado en dar cumplimiento a las metas y objetivos que se han planteado en la organización y se desea alcanzar.

Análisis Externo

Para Quituzaca, Vásquez, & Uriguen (2022) el que exista un análisis externo dentro de una organización se ha llegado a considerar como un factor que genera inestabilidad, así como también una compleja incertidumbre por los constantes cambios existentes tanto micro como macro dentro de las organizaciones.

Según Farfan (2022) es indispensable que exista un análisis externo por motivo de que esto permitirá a la organización para que pueda identificar una serie de oportunidades, amenazas, las mismas que se pueden presentar dentro del entorno de las organizaciones considerado como un factor indispensable para el crecimiento de las empresas.

Como mencionan los autores, es indispensable que exista un análisis externo en la organización ya que presenta elementos muy importantes que pueden beneficiar a la organización como pueden ser las oportunidades y se considera las amenazas como estrategias a tomar ante las competencias en el nicho de mercado en el que se encuentra la organización.

FODA

Según Huerta (2020) define al análisis FODA como una herramienta que permite realizar una evaluación situacional de la organización para conocer de forma interna las debilidades fortalezas, así como también de manera externa las amenazas y oportunidades que se puedan presentar en su entorno.

Por lo tanto, es considerada una herramienta importante por lo que a la organización le permite tomar decisiones adecuadas, una vez que considera los factores internos y externos que se puedan presentar en su entorno

La matriz FODA está conformada por Fortalezas, Debilidades, Oportunidades, Amenazas las cuales se mencionan a continuación:

Implementación

Leon Castañeda (2019) indica que la implementación se encuentra interrelacionado con el uso de tecnologías lo cual ha permitido que sea más efectiva, así como también más eficiente la práctica operativa dentro de la organización. Dentro del proceso de la implantación existen varios pasos como es la introducción, la adopción organizacional, Adaptación en este paso se encuentran inmersos dos procesos como es la adaptación de procesos y la capacitación de personal. Finalmente se toma en consideración la fidelidad y el pilotaje.

Peña Tequén (2018) considera que la implementación es un proceso que se encuentra dentro de la planificación el cual inicia con un diagnóstico previo de la realidad mismo que permite que se genere requerimientos para que se logre la mejora de la situación encontrada dentro de la organización. Así mismo afirma que son intervenciones que se las realiza en un determinado tiempo en el cual por medio de requerimientos se busca el mejorar el servicio que presta la institución.

Se define como implementación al proceso que se realiza continuamente para gestionar operaciones, los mismos que se enfocan en controlar que las actividades se lleven a cabo de acuerdo con lo planificado para que se pueda dar correcciones o mejorar en el caso de que existan errores del mismo modo que se pueda integrar los principales procesos de la organización.

Plan operativo

El plan operativo es aquel que se encuentra ligado al plan estratégico con el que cuenta la organización, mismo en el que se pueden encontrar varias similitudes. Dentro del plan operativo se debe tomar en consideración su utilización el cual permite concretar metas que la organización se plantea en un tiempo determinado en el cual su empresa y sus empleados sabrán como actuar al momento que se presente un nuevo proyecto (Sordo, 2021).

Así mismo para Espol (2018) la planificación operativa se encuentra enlazada al plan estratégico institucional, en mismo que permite que se programe organice y se desarrollen cada una de las actividades propuestas en la planificación llevando a que este ejecute cada uno de los objetivos, metas e indicadores que se han planteado en un tiempo estimado a un año.

Para definir un plan de acción se refiere a un documento en el que los responsables de una organización definen las metas que se quieren alcanzar y determina los pasos a seguir, es decir estas se reflejan en un documento similar a un plan de acción, en el que priorizan la iniciativa claves para así alcanzar las diversas metas y objetivos, ya que estos suelen ser una guía para saber en donde se está trabajando y el marco del desarrollo de cada proyecto.

Indicadores de gestión

Para los autores Párraga, Pinargote, García, & Zamora (2021) mencionan que los indicadores de gestión es aquel mecanismo que permite determinar las políticas corporativas las mismas que dan fortalecimiento a los planes de la organización, por lo cual estos deben estar vinculados con las metas y a cada una de las áreas de la empresa, puesto que permiten definir los objetivos estratégicos así ya sean estos a corto plazo, por lo tanto se puede decir que los indicadores son primordiales en la práctica porque facilitan el control y el estudio de las estrategias.

Los indicadores de gestión son expresiones cuantitativas del comportamiento y desempeño de los procesos, cuya magnitud, se encuentra comparada con algún nivel de referencia, es decir puede indicar desviaciones, dando lugar a acciones correctivas o preventivas de acuerdo con el caso, por lo tanto, una métrica revela la condición o estado de un proceso específico el mismo que permitirá pronosticar el futuro de la organización.

Competitividad

La competitividad se enfoca en la forma que las empresas buscan mantener y ampliar su participación en los diferentes mercados ya sean estos locales o internacionales para así obtener lucro y esto a su vez permita ayudar en su crecimiento empresarial, es decir

es un factor importante ya que de esto depende su crecimiento económico de su entorno. (Muñoz, Lombeida, & Mosquera, 2021)

Para los autores Reina & Nájjar (2018) se refieren a la competitividad a la capacidad que posee una organización al momento de producir bienes o servicios de acuerdo con el mercado en los que compite, así como también la capacidad para desarrollar procesos o estrategias que permitan buscar nuevas oportunidades, para así poder mantener o incrementar su participación y rentabilidad dentro del mercado.

La competitividad se enfoca en la capacidad que posee un individuo o empresa para desarrollar una estrategia diferenciadora de su competencia por lo tanto esto permite tener una ventaja competitiva que conlleve a sobresalir de su competencia y de su entorno.

Calidad

La calidad se enfoca en las necesidades que tendrá en un futuro el cliente las mismas que pueden ser cuantificables, por lo que esto permite diseñar y elaborar productos que el cliente desee adquirir y con el fin de buscar satisfacer sus necesidades, del mismo modo en la forma en que se puede llegar a medir la calidad de dicho producto o servicio, por lo tanto, será por medio de la perspectiva que tiene el cliente. (Palma, Parejo, & Sierra, 2018)

Para los autores Diaz Muñoz & Salazar Duque (2021) sustentan que la calidad es un recurso importante el mismo que debe ser considerado por la gerencia, por lo que es el medio por el cual las organizaciones se ven enfocadas en asumir nuevos retos que permitan sobresalir y diferenciarse de su competencia los mismos que pueden ser a través de la creación de estrategias las cuales permitan llevar una producción que no tenga defectos y se encuentren encaminados en la mejora continua.

La calidad es aquella que permite tener diferencias cualitativas y cuantitativas que están relacionadas con ciertas propiedades deseadas, por lo que para los usuarios la calidad significa cumplir con sus expectativas y deseos, por lo tanto, se determina con el producto final que incluya un valor agregado, así como también en la forma en que logra satisfacer las necesidades de los clientes

Gestión de calidad

Para los autores Nápoles, Pino, & Moreno (2020) consideran a la gestión de calidad como una herramienta clave para el éxito del proyecto, proporciona una mejor comprensión de las necesidades de los clientes y demás partes interesadas, se suma a la implementación de un conjunto de prácticas que ayudan a mejorar la gestión del proyecto, por lo tanto debe basarse en la calidad de la ejecución, ya que es una estrategia que permitirá demostrar la competitividad organizacional para asegurar el éxito sostenido a largo plazo y la mejora continua.

La gestión de calidad permite llevar un control de todos los procesos que tiene la organización con el objetivo de tener una visión desde diferentes puntos de vista ya sean estos prácticos o tecnológicos para poder hacer mejoras internas para evaluar las expectativas de los usuarios, del mismo modo, se enfoca en dar cumplimiento y satisfacción a las demandas del cliente.

Calidad de servicio

Según Izquierdo (2021) la calidad de servicio es establecida en la mente de los consumidores puesto que su creación se encuentra basada en el conocimiento de cada una de las necesidades que tiene el cliente, así como también el exceder las expectativas que tiene el usuario al recibir el servicio.

En tanto para Zouari (2021) la calidad de servicio es considerado como un factor que promueve la satisfacción del cliente, donde se plantea buscar y satisfacer cada una de sus necesidades, del mismo modo le permite analizar si estas fueron totalmente cubiertas, así como también si el tiempo de entrega estipulado se cumplió conforme como fue establecido desde un principio.

El aporte de los autores para la conceptualización de la calidad de servicio se encuentra centrada en la satisfacción del cliente donde el usuario retroalimenta su atención y la organización busca satisfacer las necesidades del cliente para luego tener su fidelización y que este cree una buena reputación de esta.

Gestión de servicio

Ramírez (2019) indica que la gestión de servicio se encarga de brindar varias herramientas, así como tácticas que permitan dar soporte y directrices a las diferentes áreas donde es necesario una estandarización en la que se puedan relacionar los asociados.

En tanto para Parra (2021) la gestión de servicio se encuentra enmarcada en la administración de aspectos que garanticen el agrado de los clientes, que exista la correspondiente precaución y se garantice un convenio de servicios con el que cuenta la organización sin antes olvidar que debe existir una excelente comunicación.

Para los autores, el principal objetivo que tiene la gestión del servicio es poder brindar un servicio de calidad al cliente, donde se garantice el convenio planteado por las dos partes, como es la organización y los asociados.

Planificación

Para Gonzalez (2015) citado por Villacis, Prado, Cedeño, & Morales (2018) es muy importante puntualizar que la planificación representa tanto el inicio como la base del proceso administrativo. Es indispensable entender que sin una planificación no tiene ningún sentido el proceso como tal en el cual organizar, dirigir y controlar no tendría ningún sentido ni razón de ser, esto implicaría en un grave problema en la organización.

Según García (2010) citado por Moronta (2018) indica que la planificación comprende las metas establecidas por la organización que se deben cumplir a corto, mediano y largo plazo. Cada uno de los departamentos cuentan con una planificación de estrategias donde se prioriza que todas las funciones y operaciones deben ser planeadas antes de que exista su ejecución y desarrollo.

Por otro lado, la planificación se refiere a los procedimientos y estrategias las cuales permiten alcanzar las metas, por lo tanto, al tener una planificación anticipada servirá para identificar eventos que puedan llegar a ser reconocidos como oportunidades o amenazas, es decir se enfoca en reducir los daños y potenciar la eficiencia en los procesos.

Objetivos

Para Navajo (2019) los objetivos son los resultados que se pretende alcanzar en un tiempo preestablecido mismos que se pueden subdividir en objetivos específicos y así sucesivamente es lo cual se lo conoce como pirámide de objetivos.

De la misma forma para Sabater (2017) los objetivos se encuentran establecidos acorde con los valores que se desea impulsar así mismo están adecuados a la misión con la que la organización cuenta. El establecimiento de objetivos busca afrontar cada una de las amenazas y explorar oportunidades que se presenten en el mercado que se encuentra inmerso.

De acuerdo con los autores se puede concluir que los objetivos son aquellos son el fin o meta al que se desea lograr, del mismo modo pretenden influenciar al momento de la tomar decisiones y que estas sean correctas para el beneficio de la empresa u organización.

Estrategias

Borrás (2021) considera que las estrategias son el patrón por el cual se llegan a integrar cada una de las metas y políticas con las que cuenta la organización y así mismo llega a establecer las acciones a realizarse para el logro de objetivos en un tiempo a largo plazo.

Así mismo para Fred R (2004) citado por Rodríguez (2018) una estrategia la define como la determinación de propósitos que se presentan a largo plazo, de tal manera que se presentan cursos de acción y distribución de cada uno de los recursos que sean necesarios para llegar al cumplimiento de los propósitos planteados por la organización.

De tal modo para definir una estrategia se refiere al plan de acción que se llevara a cabo para alcanzar dichos objetivos específicos planteados a largo plazo por la organización, por lo tanto, también se debe considerar otros aspectos de forma secuencial como lo son las políticas, metas para realizar acciones eficientes y cumplir con lo deseado.

Control

Schmidt, Tennina, & Obiol (2018) indican que el control es considerado uno de los elementos más importantes dentro del proceso administrativo el cual permite determinar si existe un desvío entre lo planeado y lo realizado donde predomina que se corrijan acciones para el logro de cada uno de los objetivos fijados por la organización.

De igual manera Miaja (2019) considera que son acciones que se encuentran establecidas tanto de políticas como de procedimientos los cuales contribuyen a garantizar a que se cumplan cada una de las instrucciones que se plantean en el proceso de la dirección, limitando así que exista un mínimo error en los procesos y permitiendo así el cumplimiento de los objetivos.

Además, al control se refiere a la principal función administrativa y su finalidad es asegurarse que las acciones se desarrollen de acuerdo con la planificación establecida del mismo modo busca evaluar los resultados obtenidos y si estos cumplen al objetivo que la organización se ha planteado.

Previo

Según Ñiquen (2018) el control previo se encuentra orientado para anticiparse a que exista cualquier tipo de desviación que limiten o impida que se genere un correcto cumplimiento en las diferentes actividades y operacionales que la organización ejecuta diariamente. Es de suma importancia que se realice un control previo en cada una de las actividades pues permite mejorar todo su proceso sin que se genere ningún tipo de inconveniente.

Así mismo para Hunocc & Jorge (2018) determinan que el control previo es el conjunto de acciones en el cual se adoptan diferentes niveles de dirección que permitan un correcto procedimiento en su proceso y de la misma forma se lleve una correcta administración de recursos con los que cuenta la organización ya sean estos financieros, materiales, físicos y humanos.

Del mismo modo el control previo se enfoca en los recursos que posee una organización ya sean estos financieros, humanos o materiales por lo que busca identificar los gastos presupuestados para poder anticiparse a cada una de las

actividades que se van a realizar con el fin de conocer cuánto le costara al fin de dicha actividad planeada.

Concurrente

Según (Eche Espinoza, 2021) el control concurrente surge durante la realización de las actividades para detectar problemas o posibles fallas a lo largo de los procesos. Este proceso se lo realiza de manera mensual para que se pueda obtener los resultados al finalizar el año. Así mismo se considera la revisión de los miembros que se encuentran inmersos en el proceso de cada actividad procurando el cumplimiento de los objetivos que plantea la organización.

Por lo tanto, el control concurrente es el acompañamiento continuo de todos los procesos con tal de que las actividades se lleven a cabo de acuerdo con las normas establecidas y así tener un buen funcionamiento y dirección de los procesos.

Posterior

Vidaurre (2021) indica que los servicios de control posterior son acciones que realizan con el único objetivo de efectuar una evaluación a cada una de las actividades ejecutadas, así mismo como es los resultados que la organización ha obtenido en un periodo determinado.

De tal modo, el control posterior ayuda a realizar acciones correctivas necesarias dentro de la organización para así evitar que exista desviaciones en los procesos y poder identificar a tiempo los daños que puedan llegar a ocasionarse.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

Según Salinas (2022) la metodología de investigación se refiere al estudio sistemático y crítico acerca del problema que se plantea el investigador con el fin de adquirir conocimientos y encontrar una posible una solución para lo cual se utiliza las herramientas y materiales que son los siguientes:

2.1. Métodos

2.1.1. Enfoque Cuantitativo

En la presente investigación se implementará el enfoque cuantitativo donde Ortega (2018) indica que el enfoque cuantitativo se presenta con etapas que implican la recolección, análisis e interpretación de datos cuantitativos donde el investigador determina si son de suma importancia para su investigación.

Del mismo modo para Sánchez (2019) menciona que el enfoque cuantitativo es el medio por el cual trata a fenómenos que puedan ser medibles, por tanto, se debe aplicar técnicas estadísticas las cuales permitirán realizar un análisis de todos los datos obtenidos con el fin de dar una explicación, descripción, y predicción e interpretación de los resultados obtenidos.

Este método se lo considera sistemático, empírico y crítico en la cual la visión objetiva de la investigación cuantitativa, que pueden llegar a formar respuestas a problemas que se presentan en la sociedad.

2.1.2. Bibliográfica o Documental

Para Tramullas (2020) la implementación de métodos bibliográficos resulta un instrumento clave para que la identificación de nuevas áreas de investigación, así como también de tendencias existentes, así mismo permite que se puedan sintetizar y disponer de extensos fundamentos sobre el tema de estudio. Todo esto llevando a que se genere un progreso teórico como conceptual.

Para la presente investigación se implementará el uso de esta modalidad, la misma que permitirá obtener información de diferentes medios como son: Libros revistas científicas, repositorios en línea, bibliotecas virtuales y por medio de la web, proporcionando valiosa información acerca del tema de estudio.

2.1.3. Enfoque Descriptivo

La investigación descriptiva permite al investigador por optar ser entre ser un observador completo, observar cómo participante y finalmente como un participante, permitiendo así obtener criterios sistemáticos y comparables de ciertas características que se pueden obtener en la investigación (Alban, 2020).

Para Carhuacho & Nolzco (2020) indican que la investigación descriptiva tiene como propósito definir, clasificar, catalogar o caracterizar el objeto de investigación, por lo tanto, es el diseño de estudio, la creación de las preguntas y el análisis de datos que se realizaran sobre el tema, los mismos que pueden ser cualitativos o cuantitativos.

Dentro de la investigación se propone el uso de este método el cual permitirá tener más información acerca del tema de estudio el cual será aplicado en la institución financiera.

2.1.4. De campo

Considerada también como una técnica en la cual se puede tener contacto directo con el objeto de estudio, así como también con la recolección de información de que permiten dar sostenimiento a la investigación realizada generando así una verdad objetiva (Monroy Mejía & Sanchez Llanes, 2019).

A través de la investigación de campo se podrá contrastar como la dirección estratégica incide en la gestión del servicio, para lo cual se realizó encuestas en la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha.

2.1.5. Hipótesis

Según Pájaro (2020) la hipótesis es aquella que pretende suponer una situación en la que pueda ser posible o imposible para su realización, del mismo modo se puede dar una consecuencia de acuerdo con el análisis realizado de tal forma que dicha acción se

pueda realizar o no. Del mismo modo la hipótesis para que pueda ser aceptada debe ser apoyada o refutada por medio del levantamiento de información a través de técnicas de investigación las mismas que deben ser validadas y analizadas.

Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis alternativa H₁

La adecuada dirección estratégica si se relaciona con mejora en la gestión del servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. en la ciudad de Ambato

Hipótesis nula H₀

La adecuada dirección estratégica no se relaciona con la mejora en la gestión del servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. en la ciudad de Ambato

2.1.6. Encuesta

La encuesta es considerada como un instrumento estructural el mismo que servirá para la obtención de información de un tema de estudio en específico el cual cuenta con varias preguntas que forman parte de un cuestionario planteado por el investigador (Avila, 2020).

Se refiere a una técnica que permite llevar a cabo la aplicación de dicho cuestionario a una cierta muestra de personas que van a ser encuestadas, las mismas que brindaran información de acuerdo con las opiniones, actitudes, así como también el comportamiento de los encuestados.

Dentro de esta investigación se pretende plantear la aplicación de una encuesta como instrumento que permita la recolección de información, mismo que brindara soporte a la investigación realizada. La metodología y los resultados se desarrollará de acuerdo con la matriz de operacionalización de la variable independiente y la variable dependiente ver Anexo 4

2.2. Población

Para Monroy & Sanchez (2019) la obtención de información es indispensable que se defina al conjunto de individuos los mismos que serán objeto de estudio los cuales cuentan con características medidas en cada uno de los individuos del universo.

La presente investigación se efectuará con la siguiente información primaria la cual se obtuvo de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. de la ciudad Ambato la cual cuenta con 57 colaboradores.

Tabla 1: Segmentación de sucursales Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda.

Agencias	Ciudad	N° Trabajadores
Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. - La Matriz	Ambato	21
Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda.	Quisapincha	8
Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. - Agencia Centro	Ambato	7
Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda.	Riobamba	5
Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda.	Ibarra	4
Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda.	Latacunga	6
Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda.	Pillaro	6
Total		57

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Fuente: Información obtenida de archivo de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. Ver (Anexo 2)

2.3. Muestra

De acuerdo con los autores Quispe, Pinto, Bueno, & Valle (2020) mencionan que la muestra se refiere al cálculo del tamaño de la muestra con fines que permitan determinar una cantidad específica que participantes con los que se podrá realizar la comprobación de la hipótesis del mismo modo la factibilidad para que estos se puedan ajustar a los presupuestos y los recursos que se van a emplear en dicha investigación.

Para la presente investigación se trabajará con el total de población no se calcula muestra porque de acuerdo con el marco teórico referencial se lo realiza si el universo o población es mayor a 300

2.4. Validación por expertos

Para la presente investigación se aplicará como herramienta de medida la encuesta, la cual permitirá la obtención de información a través de su aplicación respuestas escritas. Para el desarrollo de la metodología y resultados se desarrolló por medio de la matriz de operacionalización de variables independiente y dependiente.

Para el proceso de verificación del cuestionario se requiere de expertos en el campo del tema de investigación para lo cual debe contar con conocimientos teóricos claros, de tal modo se desea garantizar que la encuesta que se va a utilizar para la recolección de datos permita evaluar las variables de interés con los criterios de validez y fiabilidad.

De tal modo para la encuesta actuar, se requiere para la verificación dos expertos docentes de la Universidad Técnica de Ambato, los mismos que en base a criterios teóricos y técnicos concuerdan que el instrumento cuenta con instrucciones claras, que el número de preguntas no son excesivas, existe claridad en cuanto a la redacción de las preguntas se refiere, con el fin de que los encuestados puedan desarrollarlo con facilidad. Ver anexo 5

2.5. Fiabilidad del instrumento de investigación

En instrumento estadístico que se aplicara en la presente investigación es la validación de Alpha de Cronbach ya que se requiere conocer la cuantificación de los datos recolectados por lo cual busca medir y conocer la validez de este.

Previo a la recopilación de datos dentro de la cooperativa Kisapincha Ltda. se selecciona un instrumento estudio que es la encuesta como parte fundamental para la recolección de datos exactos en la presente investigación, por lo tanto, es importante tener la validación de esta que se realiza por medio del método estadístico denominado Alpha de Cronbach para realizar y analizar la fiabilidad del instrumento de estudio. Para la obtención de resultados se lo realizo atreves del programa estadístico SPSS donde se logró obtener los siguientes datos.

Tabla 2: Estadísticos de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,770	,854	12

Fuente: Software estadístico SPSS

Elaborado por: Tatiana Sánchez

El valor que se obtuvo es de 0.770 lo que estadísticamente significa que tiene un índice de confiabilidad bueno ya que mientras se encuentre más cerca de 1 significa que mayor será la eficacia, por lo tanto, permite al instrumento un grado alto de confianza, así como también las preguntas que van a ser evaluadas de la variable independiente sobre la variable dependiente de la presente investigación.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados obtenidos una vez realizada la aplicación de la encuesta ver (Anexo 4) se presentan a continuación.

3.1. Análisis y discusión de los resultados

Pregunta 1: Genero

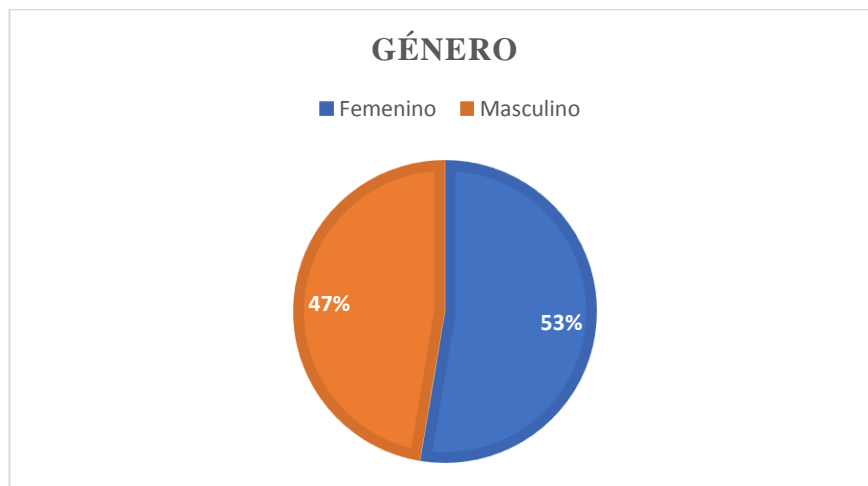
Tabla 3: Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	30	52,6	52,6	52,6
Masculino	27	47,4	47,4	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 1: Género



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

De los 57 colaboradores encuestados, se observa que un 53% es decir 30 personas son de género femenino, y el 47% que pertenece a 27 representan al género masculino.

Entonces, de los datos obtenidos se puede concluir que existe casi una igualdad de género en el personal que labora en la cooperativa debido a que realizan actividades como asesoría de créditos y atención al cliente.

Pregunta 2: Rango de edad

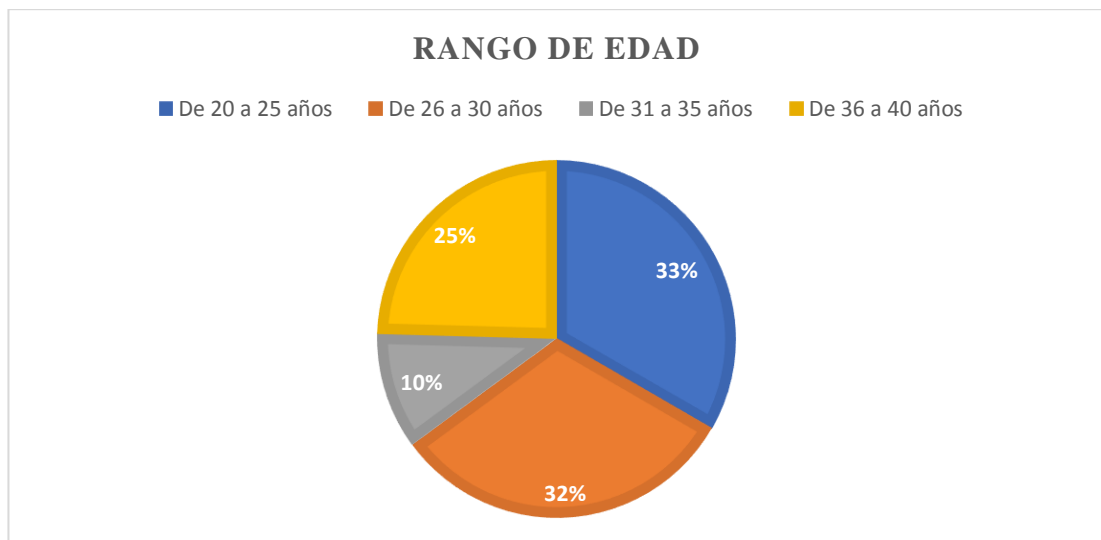
Tabla 4: Rango de edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 20 a 25 años	19	33,3	33,3	33,3
De 26 a 30 años	18	31,6	31,6	64,9
De 31 a 35 años	6	10,5	10,5	75,4
De 36 a 40 años	14	24,6	24,6	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 2: Rango de edad



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

Del total de encuestas realizadas a los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda., un 33% corresponde a los colaboradores que se encuentran en un rango de edad de 20 a 25 años, del mismo modo el 32% pertenece en el rango

de edad de 25 a 30 años, el 25% corresponde a el rango de edad de 36 a 40 años, finalmente el 10% se encuentra en el rango de edad de 31 a 35 años.

En conclusión, los colaboradores que laboran en la cooperativa en su mayoría son jóvenes y se encuentran en un rango aceptable de edad que les permite cumplir de manera eficiente con sus actividades.

Pregunta 3: Nivel de instrucción máximo alcanzado

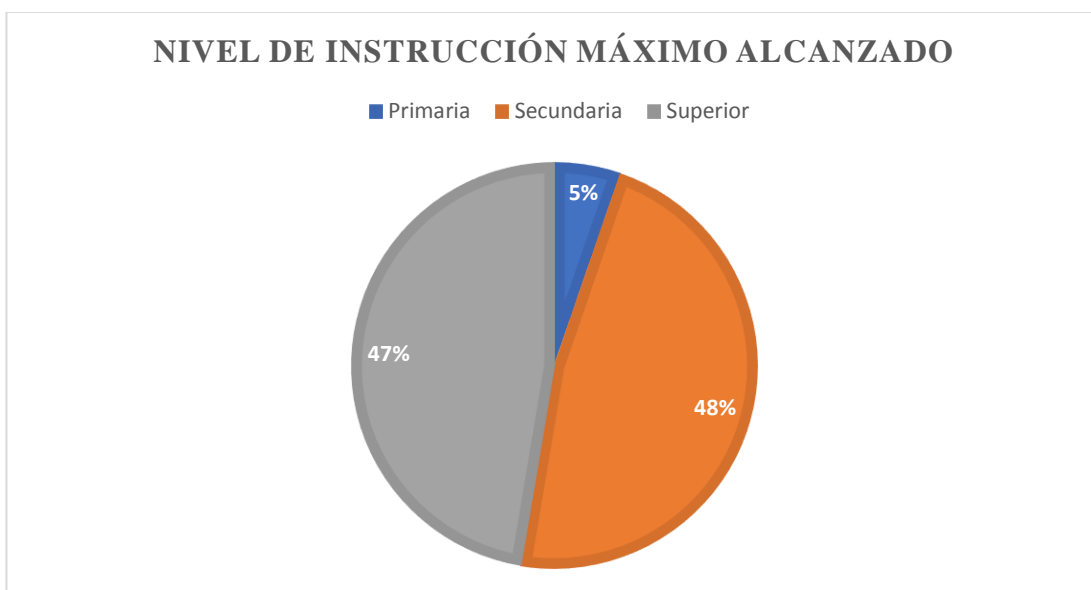
Tabla 5: Nivel de instrucción máximo alcanzado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	3	5,3	5,3	5,3
Secundaria	27	47,4	47,4	52,6
Superior	27	47,4	47,4	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 3: Nivel de instrucción máximo alcanzado



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

Del total de 57 colaboradores encuestados se puede evidenciar que el 48% posee instrucción secundaria, mientras que el 47% instrucción superior y el 5% posee instrucción primaria.

En conclusión, la educación superior es importante para los colaboradores ya que les permite contar con un perfil de conocimientos y habilidades para poder desarrollar la competitividad y buen desempeño dentro de la cooperativa.

Pregunta 4: ¿Cree que es importante conocer sobre misión visión y valores de la cooperativa?

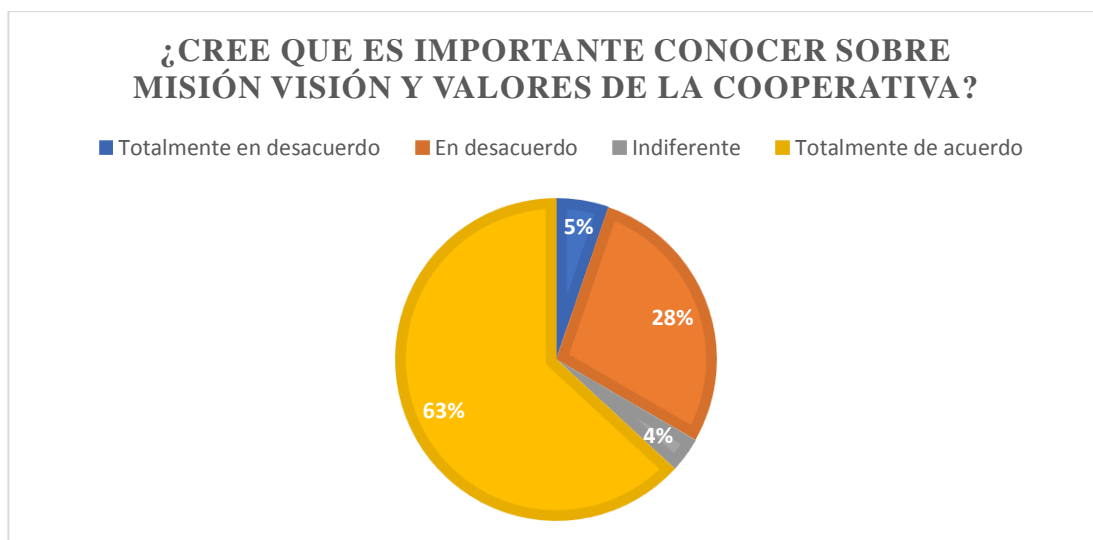
Tabla 6: Misión visión y valores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	5,3	5,3	5,3
En desacuerdo	16	28,1	28,1	33,3
Indiferente	2	3,5	3,5	36,8
Totalmente de acuerdo	36	63,2	63,2	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 4: Misión, Visión y Valores



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

De acuerdo con la percepción de los encuestados el 63% consideran que es importante conocer la misión, visión y valores de la cooperativa, en cambio el 28% está en desacuerdo, mientras que el 5% está en total desacuerdo y finalmente a el 4% le es indiferente.

Es importante definir la misión, visión y valores de la cooperativa para socializar entre los colaboradores con el fin de conocer las actividades de esta y como se quieren llegar a ver en un futuro.

Pregunta 5: ¿Cree usted que un plan estratégico ayuda al cumplimiento de los objetivos de la cooperativa?

Tabla 7: Cumplimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Indiferente	3	5,3	5,3
	De acuerdo	9	15,8	21,1
	Totalmente de acuerdo	45	78,9	100,0
	Total	57	100,0	100,0

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 5: Cumplimiento



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

De los 57 colaboradores encuestados el 79% está totalmente de acuerdo sobre lo importante que es contar con un plan estratégico para el cumplimiento de los objetivos de la cooperativa, mientras que el 16% está de acuerdo, y finalmente a un 5% le es indiferente.

Con respecto al plan estratégico es aquel que guiará en la ejecución de las estrategias, de tal modo busca dar cumplimiento a los objetivos planteados que se desean alcanzar en un tiempo determinado el mismo que puede llevar a ser en corto, mediano o largo plazo,

Pregunta 6: ¿Qué tan importante es para la cooperativa que cuente con un plan estratégico?

Tabla 8: Plan estratégico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Importante	7	12,3	12,3	12,3
Válidos Muy importante	50	87,7	87,7	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 6: Plan estratégico



Fuente Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

Al consultar a los encuestados si es importante que la cooperativa cuente con un plan estratégico definido el 88% respondió que es muy importante, mientras que el 12% considera importante la implementación de esta.

Pregunta 7: ¿Con que frecuencia es considerado para la construcción y análisis de la matriz FODA?

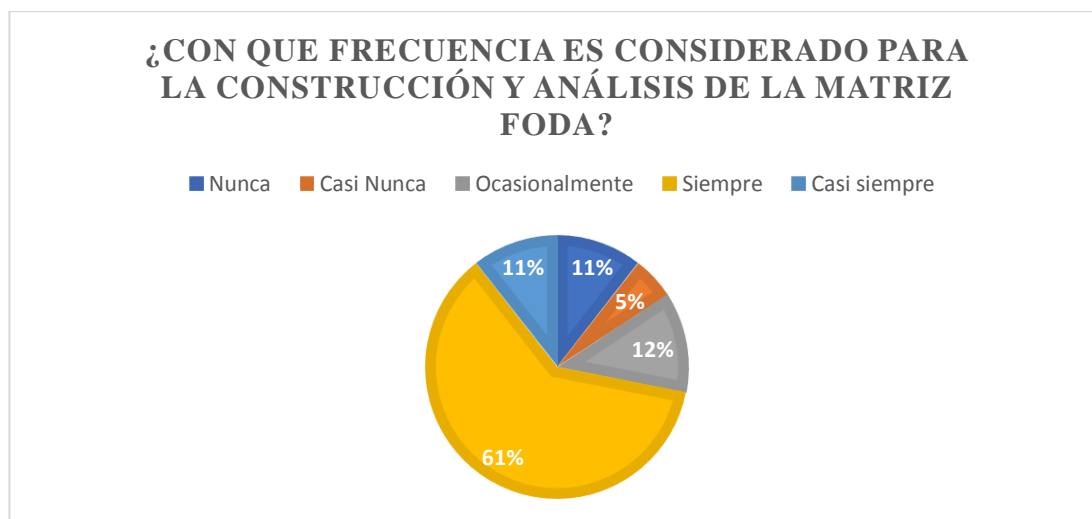
Tabla 9: Matriz FODA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	10,5	10,5	10,5
Casi Nunca	3	5,3	5,3	15,8
Ocasionalmente	7	12,3	12,3	28,1
Siempre	35	61,4	61,4	89,5
Casi siempre	6	10,5	10,5	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 7: Matriz FODA



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

Se consulto a los colaboradores si han sido considerados para la construcción y análisis de la matriz FODA a lo cual el 72% (61% y 11%) indican que siempre y casi siempre,

mientras que el 12% indica que ocasional y finalmente el 16% (11% y 5%) nunca y casi nunca han sido considerados para la elaboración de este.

La importancia de la construcción y análisis de la matriz FODA con la participación de sus colaboradores les permitirá tener conocimiento acerca de la realidad de la cooperativa una vez identificando sus oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades.

Pregunta 8: ¿Considera usted que los objetivos de la dirección están alineados con la estrategia de la cooperativa?

Tabla 10: Dirección

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	10,5	10,5	10,5
En desacuerdo	8	14,0	14,0	24,6
De acuerdo	34	59,6	59,6	84,2
Totalmente de acuerdo	9	15,8	15,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 8: Dirección



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

La encuesta efectuada a los 57 colaboradores, en donde se consulta si están de acuerdo en que los objetivos de la dirección se encuentran alineados con la estrategia de la cooperativa, al respecto se puede evidenciar que el 60% indica que está de acuerdo el 16% totalmente de acuerdo, el 14% indica estar en desacuerdo y finalmente el 10% totalmente en desacuerdo.

Pregunta 9: ¿Considera que disponer de los recursos tecnológicos actualizados permiten mejorar la calidad en el servicio?

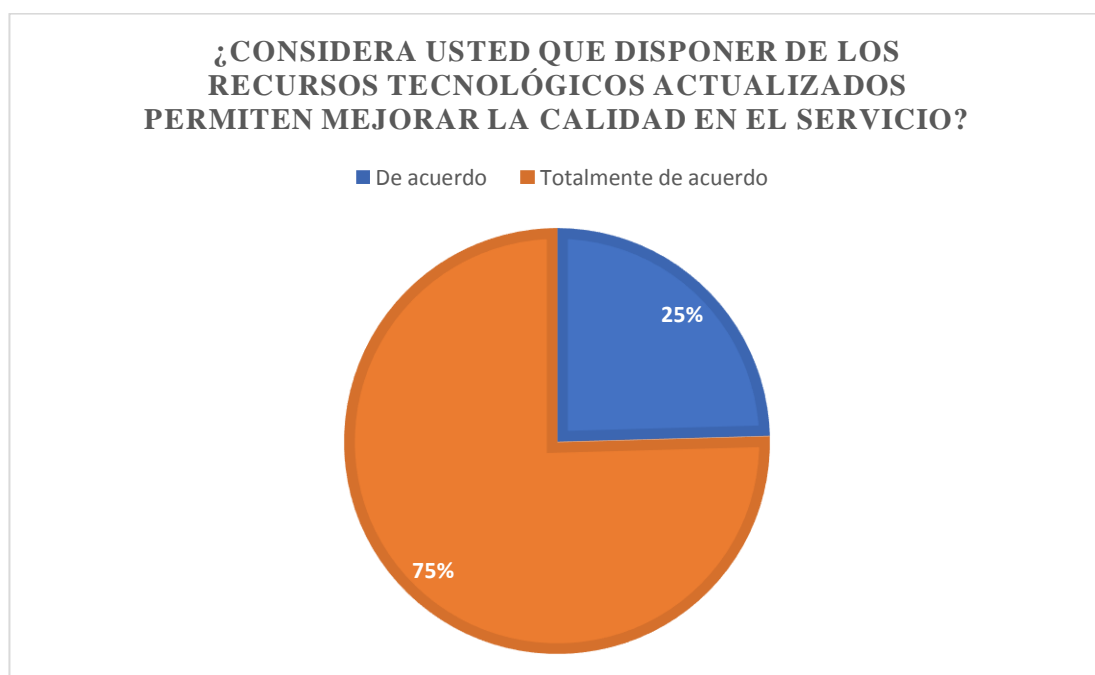
Tabla 11: Recursos tecnológicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	14	24,6	24,6	24,6
Válidos Totalmente de acuerdo	43	75,4	75,4	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 9: Recursos Tecnológicos



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

De los 57 colaboradores encuestados de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda., respecto a que, si la implementación de recursos tecnológicos actualizados permite mejorar la calidad en el servicio por lo que el 75% está totalmente de acuerdo, y el 25% de acuerdo.

Los recursos tecnológicos son importantes en las organizaciones por lo que, al contar con estas, se pueden mantener actualizadas y ser competitivas, por lo tanto, ayudan a mejorar la experiencia y la calidad en el servicio que brindan.

Pregunta 10: ¿Cree usted que las personas que prestan el servicio deben tener un título para que entreguen un servicio de calidad?

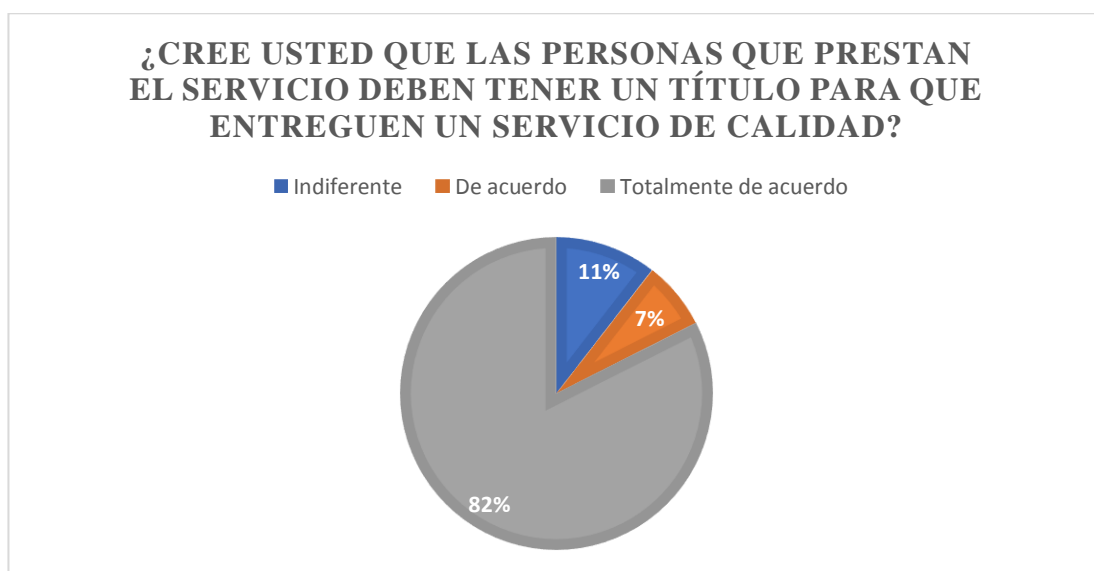
Tabla 12: Servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Indiferente	6	10,5	10,5
	De acuerdo	4	7,0	17,5
	Totalmente de acuerdo	47	82,5	100,0
	Total	57	100,0	100,0

Fuente Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 10: Servicio



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

De los 57 colaboradores encuestados consideran que para brindar un servicio de calidad el personal deba tener un título el 82% de los colaboradores indican estar totalmente de acuerdo, mientras que al 11% de los colaboradores es indiferente y finalmente al 7% de los colaboradores están de acuerdo. Por lo tanto, se concluye que es importante contar con un título profesional, así como también tener capacitaciones constates que permitan brindar al cliente un servicio de calidad con el propósito de satisfacer sus necesidades.

Pregunta 11: ¿Piensa usted que la calidad del servicio contribuye a un mejor posicionamiento de la cooperativa al sector financiero que pertenece?

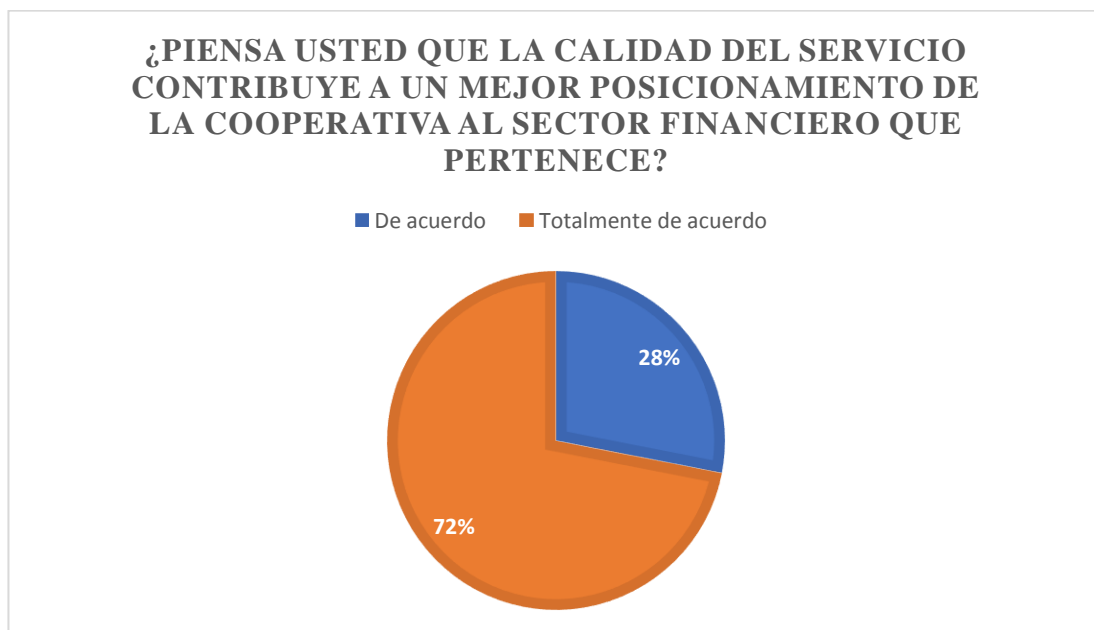
Tabla 13: Calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	16	28,1	28,1	28,1
Válidos Totalmente de acuerdo	41	71,9	71,9	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 11: Calidad



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

En base a los datos obtenidos de acuerdo con el criterio de los colaboradores encuestados se logra determinar que el 72% está totalmente de acuerdo y así como también el 28% está de acuerdo, por lo que consideran que brindar un servicio de calidad ayuda a contribuir en el crecimiento de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha y que así pueda tener un mejor posicionamiento dentro del sector financiero.

Pregunta 12: ¿Considera usted que mejorar en el servicio permite a la cooperativa lograr fidelización de sus socios o clientes?

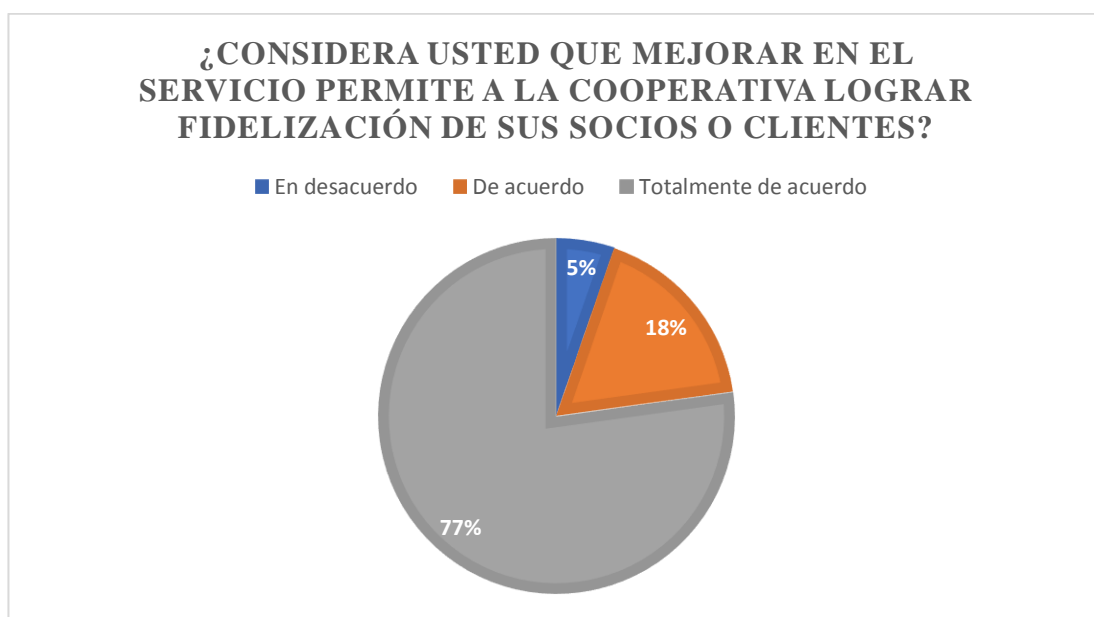
Tabla 14: Fidelización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo	3	5,3	5,3
	De acuerdo	10	17,5	22,8
	Totalmente de acuerdo	44	77,2	100,0
	Total	57	100,0	100,0

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 12: Fidelización



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

De acuerdo con la encuesta aplicada se obtuvo que el 77% de los colaboradores encuestados, están totalmente de acuerdo que al mejorar la calidad en el servicio que brindan les permite fidelizar a socios o clientes de la cooperativa, el 18% corresponde a quienes están de acuerdo, mientras que tan solo el 5% de los encuestados está en desacuerdo. Por lo tanto, los colaboradores en su mayoría son conscientes que al mejorar y ofrecer un servicio de calidad creara una buena experiencia en el cliente y por lo tanto esto ayuda a la fidelización del cliente.

Pregunta 13: ¿Cree usted que son importantes los parámetros que establecen las entidades de control en cuanto a la tasa de interés se refiere para la gestión operativa de la organización?

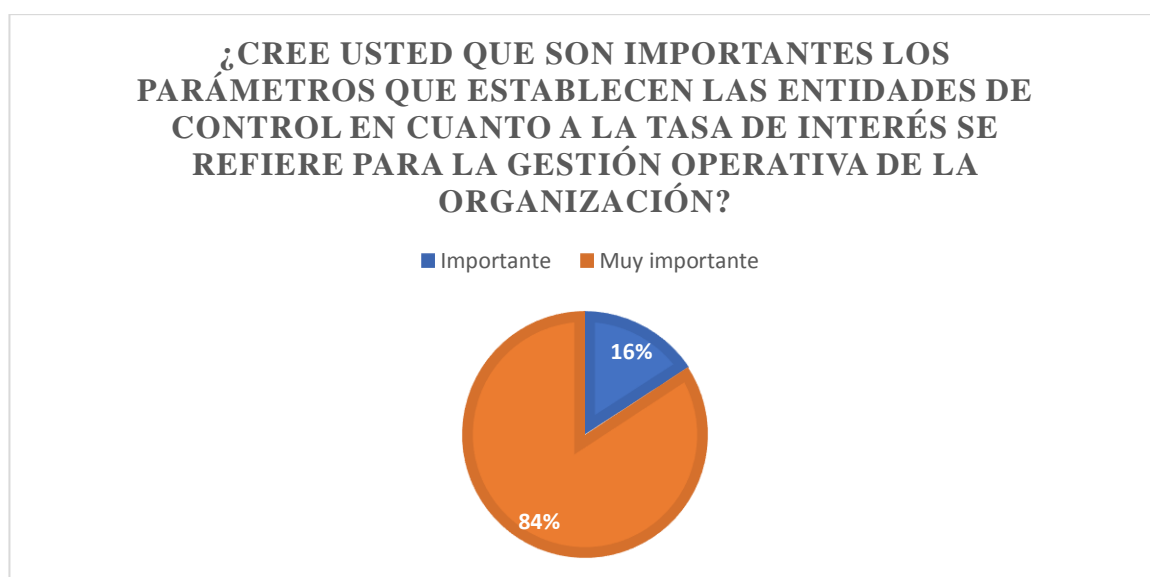
Tabla 15: Parámetros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Importante	9	15,8	15,8	15,8
Válidos Muy importante	48	84,2	84,2	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 13: Parámetros



Fuente Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

En base a la información obtenida se manifiesta que el 84% de los colaboradores encuestados consideran que es muy importante y un 16% que es importante, que exista parámetros de control que regulen las tasas de interés que manejan las entidades financieras. Por consiguiente, todas las cooperativas consideran adaptarse a los parámetros establecidos para su gestión operativa en su organización.

Pregunta 14: ¿Cómo considera usted que es la acogida de la comunidad a los servicios financieros de las cooperativas que existen en la ciudad de Ambato?

Tabla 16: Comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Importante	17	29,8	29,8	29,8
Válidos Muy importante	40	70,2	70,2	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 14: Comunidad



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

Los colaboradores encuestados consideran que la acogida que tiene los servicios financieros de las cooperativas de la ciudad de Ambato es muy importante para el 70% y para el 30% considera que es importante ya que en los últimos años las cooperativas han tenido un crecimiento significativo, ya que los clientes prefieren adquirir sus servicios dejando de lado las instituciones bancarias.

Pregunta 15: ¿Cree usted que la cooperativa debería adoptar estándares de calidad para mejorar el servicio?

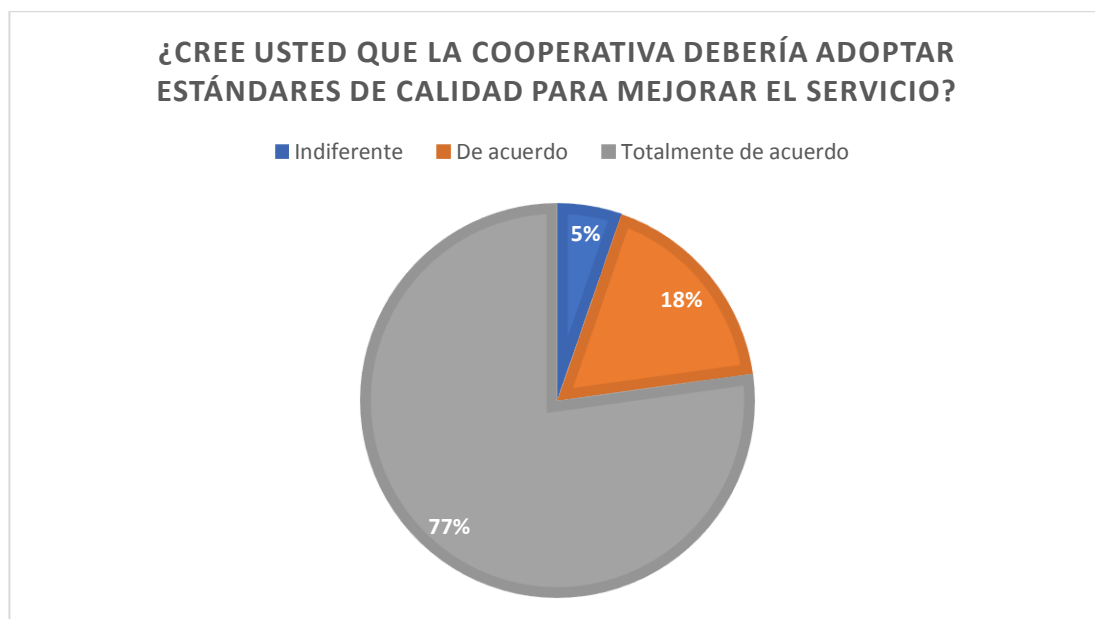
Tabla 17: Estándares de calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	3	5,3	5,3	5,3
De acuerdo	10	17,5	17,5	22,8
Totalmente de acuerdo	44	77,2	77,2	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Gráfico 15: Estándares de calidad



Fuente: Encuesta dirigida al cliente interno de la cooperativa Kisapincha Ltda.

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Análisis e Interpretación

De los 57 colaboradores encuestados el 77% indica estar totalmente de acuerdo que la cooperativa deba adoptar estándares de calidad, del mismo modo el 18% indica estar de acuerdo, en cambio al 5% de los colaboradores encuestados les es indiferente. ya que las respuestas demuestran que al contar con estándares de calidad la cooperativa podrá brindar un servicio de calidad al cliente.

3.2. Verificación de la hipótesis

Una vez realizada la tabulación de los resultados obtenidos una vez aplicada la encuesta, se procede a realizar la verificación de la hipótesis por lo cual se procede aplicar la correlación de Spearman, por lo tanto es un coeficiente utilizado en la comparación de variables, con el fin de determinar el grado de asociación de los datos planteados, por lo cual es pertinente utilizar este coeficiente ya que dentro del cuestionario planteado, se utilizó la escala de Likert como opciones fundamentales para las preguntas.

3.2.1. Correlación de Spearman

Para los autores Lastre, Santana, & Tumbaco (2019) se refieren a la interpretación del Coeficiente Rho de Spearman aquel que se centra en el análisis de las correlaciones entre las variables, la misma que oscila entre 1 la cual indica una correlación positiva o fuerte, y -1 o próximos a llegar a 0 la cual indica que no existe una correlación lineal.

Tabla 18: Escala de rangos de relación

Correlación negativa perfecta	-1
Correlación negativa fuerte moderada débil	-0.5
Ninguna correlación	0
Correlación positiva moderada fuerte	0.5
Correlación positiva perfecta	1

Fuente: Rangos de correlación

Se procede aplicar la correlación de Spearman con fin de determinar que no haya normalidad debido a que se utilizó una escala de Likert, para lo cual se procede a la

utilización de las preguntas de la variable dependiente y la variable independiente y se construyó la matriz que se presenta a continuación.

Tabla 19: Correlación de Spearman

		Correlaciones						
		6. Recursos tecnológicos	7. Servicio de Calidad	8. Posicionamiento	9. Fidelización de clientes	10. Entidades de control	11. Comunidad	12. Estándares de calidad
Rho de Spearman	1. Misión, visión y Valores.	.061	.062	.079	.067	.252	.279*	.231
	2. Cumplimiento de objetivos	.335*	.371**	.010	.693**	.519**	.611**	.592**
	3. Plan estrategico	.159	.277*	.123	.638**	.278*	.574**	.244
	4. Matriz FODA	-.031	.185	.020	.739**	.627**	.508**	.276*
	5. Objetivos, estrategias.	.017	-.256	.113	-.082	-.010	.104	-.218

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).
 **. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Correlación de Spearman

Elaborado por: Tatiana Sánchez

De acuerdo con los datos obtenidos por medio del coeficiente de correlación de Spearman por lo que se determina que las variables si se relacionan entre sí por lo tanto, hay evidencia estadística significativa.

Se puede observar que la pregunta 9 tiene relación con las preguntas 2 y 4 por lo cual se obtiene una correlación positiva moderada fuerte con los siguientes valores de 0,693 a 0,739, por lo tanto, se puede determinar que se rechaza la hipótesis nula (h_0) y se acepta la hipótesis alternativa “es decir” La adecuada dirección estratégica si se relaciona con la mejora en la gestión del servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. en la ciudad de Ambato

CAPITULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Para poder establecer las conclusiones se deduce lo siguiente:

- En la presente investigación realizada a los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha se pudo conocer la realidad existente en la organización donde se determinó, si existen deficiencias al momento de brindar sus servicios financieros, misma que indago la problemática existente en búsqueda de medidas correctivas para el mejoramiento y calidad de sus servicios
- La dirección estratégica dentro de las instituciones es importante puesto que permiten tener una mejor dirección y organización dentro de la cooperativa, de la misma manera el adoptar estrategias de trabajo en equipo les permitirá alcanzar los objetivos planteados por la institución y a su vez mejorar la calidad en el servicio al cliente y su ambiente de trabajo.
- En cumplimiento al objetivo tres planteado, se cumplió con la estimación del nivel de correlación que existe entre la dirección estratégica y la gestión del servicio en donde se evidencia la comprobación de hipótesis aceptando la alterna y se rechaza la nula, es así como los colaboradores podrán mejorar el servicio hacia la calidad total, siempre y cuando existan lineamientos estratégicos establecidos que ayuden a direccionar sus propósitos y así llevar a cabo de manera eficiente sus tareas y responsabilidades.

4.2. Recomendaciones

- En la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda., se deberá realizar análisis periódicos de los recursos organizacionales, los cuales permitan conocer en qué situación se encuentra la institución que permitan generar acciones correctivas en caso de presentarse deficiencias en el servicio que brinda a los socios y/o clientes.
- El crecimiento institucional de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda., se encuentra ligada a su recurso humano donde se busca que su personal tenga conocimiento acerca del beneficio de disponer de un direccionamiento estratégico con la que cuente la instrucción para que sus actividades tengan mayor efectividad al momento de brindar el servicio.
- Realizar una inducción periódica sobre la dirección estratégica y la gestión del servicio al personal que labora dentro de la misma permitirá priorizar el logro de objetivos, de tal modo alcanzar la fidelización de sus clientes y así mismo brindar un servicio de calidad a los usuarios presentes y futuros que forman parte de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda.

Bibliografía

- Izquierdo Espinoza, J. R. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. 8(1), 425-437. *Horizonte empresarial*, 425-437. Recuperado el 29 de Septiembre de 2022
- Alban, G. P. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 163-173. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Alvarez Paez, L. E. (2018). Estrategia corporativa. *Academia*, 6-8. Recuperado el 28 de Septiembre de 2022
- Arellano Sánchez, J. A. (2019). Licenciado en administración de empresas. *Análisis interno y externo para el diseño de estrategias comerciales con el fin de incrementar las ventas a corto plazo en un restaurante en la ciudad de Piura*. Universidad de Piura, Piura. Recuperado el 7 de Octubre de 2022
- Avila, H. F. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@ lia: didáctica y educación*, 62-79. Recuperado el 1 de Junio de 2022
- Bohórquez, E., Pérez, M., Caiche, W., & Benavides Rodríguez, A. (2020). La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización. *Revista Universidad y Sociedad*, 385-390. Recuperado el 7 de Octubre de 2022
- Burbano-Pérez, Á. B.-C.-P.-Y. (2018). El marketing relacional y la fidelización del cliente. *Polo del conocimiento*, 579-590. Recuperado el 1 de Octubre de 2022
- Cardenas, E. Y. (2019). Calidad del servicio de internet y satisfacción del cliente. 22(2), 105-116. Recuperado el 17 de Octubre de 2022
- Carhuancho Mendoza, I. M., & Nolazco Labajos, F. A. (2020). *Metodología de la investigación holística*. Ecuador: Universidad internacional del Ecuador. Recuperado el 11 de Octubre de 2022
- Cervantes Atia, V., Stefanell Santiago, Í. C., & Peralta Miranda, P. &. (2018). QUALITY OF SERVICE IN HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN

THE CITY OF BARRANQUILLA. *Ciencias administrativas*, (11), 27-40.
Recuperado el 7 de Noviembre 2022 de 2022

Choez, F. N., & Moreira, E. M. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios-Ecuador. *Dominio de las Ciencias*. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1284>

Diaz Muñoz, G. A., & Salazar Duque, D. A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, (39), 19-36. Recuperado el 09 de Diciembre de 2022

Eche Espinoza, A. (2021). Contador Publico. *El control concurrente como recurso de aumento en finanzas ante la crisis sanitaria en la empresa Comercial Briceño EBP SAC*. Universidad Cesar Vallejo, Peú. Recuperado el 18 de Diciembre de 2022

Farfan, L. Q. (2022). Influencia del entorno externo e interno en la toma de decisiones gerenciales. *Digital Publisher*, 339-354. Recuperado el 8 de Octubre de 2022

Flores Ludeña, J. K. (2018). Ingeniería en finanzas. *Propuesta de un plan de desarrollo de turismo rural participativo para la parroquia el chaco, canton el chaco, provincia de napo*. Universidad Central del Ecuador, Quito. Recuperado el 4 de Octubre de 2022

González, H., Cantero, C. H., & Leyva-Cardenosa, E. (2021). Gestión del servicio al cliente para lograr ventajas competitivas en empresas comercializadoras. *Ciencias Holguín*,. Recuperado el 19 de Noviembre de 2022

Guerras, L. &. (2007). *La dirección estratégica de la empresa: teorías y aplicaciones* (Cuarta ed.). Mexico. Recuperado el 7 de Octubre de 2022

Gutiérrez, R. (2021). Dirección Estratégica y Ventaja Competitiva de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Cristóbal de Huamanga de la Ciudad de Ayacucho 2020. *UPLA*.

Huerta, D. S. (2020). *Análisis foda o dafo*. Bubok.

Jhonson, G. S. (2006). *Dirección estratégica. Madrid: setima* (Septima ed.). Madrid. Recuperado el 7 de Octubre de 2022

- Juárez, R. S. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de ciencias sociales*, 27(3), 193-203. Recuperado el 17 de Octubre de 2022
- La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? (2020). *Dialnet*, 62-79. Recuperado el 16 de Octubre de 2022
- Lastre, D., Santana, M. P., & Tumbaco, O. L. (2019). Análisis estadístico de tablas de contingencia y chi cuadrado para medir el flujo migratorio en el Ecuador en el 2018. *Ecuadorian Science Journal*, 3(1), 23-30. Recuperado el 19 de Enero de 2023
- Mendoza, J. M., & Mendoza, S. L. (2019). Etapas del proceso administrativo. *oletín Científico de la Escuela Superior Atotonilco de Tula*, 6(11), 66-67. Recuperado el 08 de Diciembre de 2022
- Mero, V. J. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*, 3(8), 84-102. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.59>
- Monroy Mejía, M. d., & Sanchez Llanes, N. N. (2019). *Metodología de la Investigación*. México: Grupo Editorial Exodo. Recuperado el 11 de Octubre de 2022
- Moreno, E. J. (2018). El impacto del servicio al cliente de las empresas mexicanas en función de la atención al cliente. *Economía y Administración*, 9(2). Recuperado el 8 de Noviembre de 2022
- Muñoz, G. A., Lombeida, M. D., & Mosquera, D. G. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. Recuperado el 9 de Diciembre de 2022
- Nápoles, L. F., Pino, M. R., & Moreno, R. E. (2020). Gestión de la calidad en los proyectos: una mirada desde el enfoque normalizado. *Revista Cubana de Administración Pública y Empresarial*, 4(2), 253-268. Recuperado el 13 de Diciembre de 2022

- Ordóñez, S., Franco, M., & Freire., & S. (2018). La dirección estratégica como mecanismo de mejoramiento de la gestión administrativa, caso Conlac-T de la provincia de Tungurahua. *Sotavento M.B.A.,* 10–16. doi:<https://doi.org/10.18601/01233734.n29.02>
- Ortega, A. O. (2018). *Enfoques de investigación*. México. Recuperado el 10 de Octubre de 2022
- Ortega, C. A. (2019). *Fundamentos generales de administración*. Colombia: ESUMER. Recuperado el 08 de Diciembre de 2022
- Ortiz, L. E., Mero, M. J., Castro, L. M., & Sánchez, L. M. (2021). Proceso administrativo y sostenibilidad empresarial del sector hotelero de la parroquia Crucita. *Revista de ciencias sociales*, 27(2), 367-385. Recuperado el 08 de Diciembre de 2022
- Pájaro, D. (2020). La Formulación de Hipótesis. Cinta De Moebio. . *Revista De Epistemología De Ciencias Sociales,*.
- Palma, H. G., Parejo, I. B., & Sierra, D. M. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio libre*, 16(28), 169-185. Recuperado el 9 de Diciembre de 2022
- Parra, R. M. (2021). Gestión de servicio basada en programación neurolingüística en tiempos de pandemia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 585-602. Recuperado el 29 de Septiembre de 2022
- Párraga, F. S., Pinargote, V. N., García, Á. C., & Zamora, S. J. (2021). Indicadores de gestión financiera en pequeñas y medianas empresas en Iberoamérica: una revisión sistemática. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*. doi:<https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2610>
- Peña E., S. R. (2014). Evaluación de una estrategia de fidelización de clientes. *Ingenierías Universidad de Medellín*, 87-104. Recuperado el 1 de Octubre de 2022

- Pérez, Á. B. (2017). Importancia de la dirección estratégica para el desarrollo empresarial. *Dominio de las ciencias*. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v3i3mon.621>
- Pierrend Hernández, S. D. (2020). La Fidelización del Cliente y Retención del Cliente: Tendencia que se Exige Hoy en Día. *Gestión en el tercer milenio*, 5-13. doi:<http://dx.doi.org/10.15381/gtm.v23i45.18935>
- Quintana, P. D. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 4(16), 272-283. Recuperado el 08 de Diciembre de 2022
- Quispe, A. M., Pinto, D. R., Bueno, G. M., & Valle, C. A. (2020). Cálculo del tamaño de muestra con STATA y R. *Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo*, 13(1), 78-83. doi:<https://dx.doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2020.131.627>
- Quituzaca Farfan, L., Vásquez Bazarán, C., & Uriguen Aguirre, P. A. (2022). Influencia del entorno externo e interno en la toma de decisiones gerenciales. *Dialnet Publisher*, 339-354. Recuperado el 7 de Octubre de 2022
- Ramírez Gutiérrez, G. (2019). Propuesta de un modelo de gestión de servicio al cliente para el sector gremial. *Doctoral dissertation*. Universidad del Rosario. Recuperado el 28 de Septiembre de 2022
- Reina, M. R., & Nájjar, X. L. (2018). La gestión del conocimiento y su aporte a la competitividad en las organizaciones: revisión sistemática de literatura. *SIGNOS-Investigación en sistemas de gestión*, 10(2), 175-191. Recuperado el 09 de Diciembre de 2022
- Rodríguez, G. V. (2020). Dirección estratégica a través del emprendimiento y modelos de negocio. . *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 29-45. Recuperado el 30 de 05 de 2022
- Rozo Sánchez, A. F. (2019). Liderazgo organizacional como elemento clave para la dirección estratégica. *AiBi Revista de investigación, administración e ingeniería 7.2*, 62-67. Recuperado el 30 de 05 de 2022

- Salinas, P. (2022). *Metodología de la investigación científica*. México. Recuperado el 10 de Octubre de 2022
- Sánchez, F. F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. doi: <https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Suárez Blanco, M. M. (2021). Calidad del turismo sostenible desde la perspectiva del cliente. Teuken Bidikay. *Latinoamericana De Investigación En Organizaciones, Ambiente Y Sociedad*, 12(18), 179-196. Recuperado el 7 de Noviembre de 2022
- Suárez, E. M. (2018). Gestión Empresarial: una paradigma del siglo XXI. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*, 3(8), 44-64. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.57>
- Sulca Carbajal, S. C. (2021). *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pastelerías*. distrito de San Juan Bautista, Ayacucho,. Recuperado el 8 de Noviembre de 2022
- Tramullas, J. (2020). Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información, 2000-2019. *Revisión bibliografica*.
- Zouari, G. y. (2021). Customer satisfaction in the digital era: evidence from Islamic banking. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1. Recuperado el 29 de Septiembre de 2022

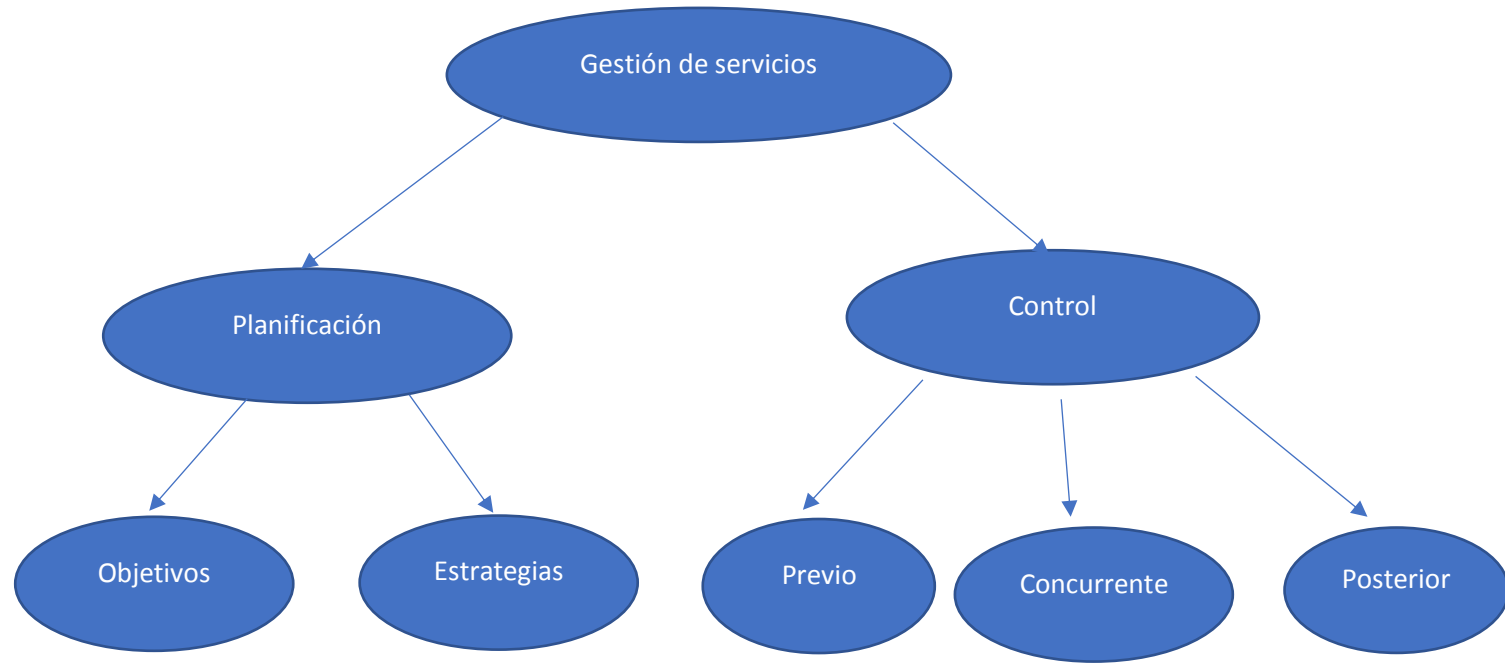
Anexo 1

Constelación de ideas variable dependiente



Elaborado por: Tatiana Sánchez

Constelación de ideas variable dependiente



Elaborado por: Tatiana Sánchez

Anexo 2



LISTADOS DE COLABORADORES DE COOPERATIVA KISAPINCHA LTDA.		
N°	NOMBRES Y APELLIDOS	
1	Segundo Jose Quinatoa Quinatoa	Matriz
2	Esteban Guayan Chachipanta	Matriz
3	Segundo Carlos Guayan Chachipnata	Matriz
4	Segundo Francisco Quinatoa Maiza	Matriz
5	Jose Eliecer Laguna Quinatoa	Matriz
6	Carlos Javier Maiza Toala	Matriz
7	segundo Mariano Chachipanta Pandashina	Matriz
8	Angel Cristobal Paoquiza Poaquiza	Matriz
9	Manuel Chachipanta Cosquillo	Matriz
10	Maria Josefa Pandashina Poaquiza	Matriz
11	Carmen Beatriz Puaquiza Lasluisa	Matriz
12	Martha Isabel Poalasin Yachil	Matriz
13	Ines Cristina Tuala Poaquiza	Matriz
14	MariaMagdalena Laguna Quinatoa	Matriz
15	Chachipanta Laguna Martha Magdalena	Matriz
16	Maria Fernanda Puaquiza Lasluisa	Matriz
17	Erika Isabel Higuikitin Casicana	Matriz
18	Jennifer Johanna Nauque Castro	Matriz
19	Joana Elizabeth Cardenas Zuñiga	Matriz
20	Mayra Elizabeth Puaquiza Tisalema	Matriz
21	Hilda Bersabe Chachipanta Quinatoa	Matriz
22	Jose Elias LasluisaQuinde	Agencia Quisapincha
23	Maiza Maiza Jose	Agencia Quisapincha
24	Segundo Antonio Yachil Misa	Agencia Quisapincha
25	Segundo Jaime Pullutasig Quinatoa	Agencia Quisapincha
26	segundo Andres Poalacin chisag	Agencia Quisapincha
27	Nancy Dolores Muntza Bombom	Agencia Quisapincha
28	Myriam Nataly Masaquiza Sillagana	Agencia Quisapincha
29	Sandra Elizabeth Llumitasig Casicana	Agencia Quisapincha
30	Delia Marcia Quinatoa Maiza	Agencia Centro
31	Maria Margarita Tuala Poalasin	Agencia Centro
32	Wilma Lucrecia Sisalema Llugsha	Agencia Centro
33	Elvia Jeannette Llumitaxig Sillagana	Agencia Centro
34	Manuel Maiza Maiza	Agencia Centro
35	Jose Abel Tuala Muntza	Agencia Centro
36	Luis Fernando Chaumana Tusa	Agencia Centro
37	Segundo Pedro Misa Guayan	Agencia Riobamba
38	Alfredo Javier Carrillo Quinaluisa	Agencia Riobamba

39	Luis Eduardo Vaquilema Yautibug	Agencia Riobamba
40	Nataly Noemi Sagñay Curicama	Agencia Riobamba
41	Deysy Gabriela Cepeda Pataron	Agencia Riobamba
42	Juan Nicolas Iptales Magmol	Agencia Ibarra
43	Veronica de los Angeles Fuentes flores	Agencia Ibarra
44	Marcia Ximena Poalacin Poaquiza	Agencia Ibarra
45	Kediven Jesus Imbaquingo Mugmal	Agencia Ibarra
46	Jose Eliodoro Tigasi Ayala	Agencia Latacunga
47	Willian Ricardo Poaquiza Maiza	Agencia Latacunga
48	Tigasi Pallo Jefferson Jairo	Agencia Latacunga
49	ElsaVeronica Pinto Toala	Agencia Latacunga
50	Vargas Casilla Jessica Alexandra	Agencia Latacunga
51	Fany Luzmila Vega Tigasi	Agencia Latacunga
52	Carlos Manuel Chachipanta Quinatoa	Agencia Pillaro
53	Oscar Jefferson Pomboza Delacruz	Agencia Pillaro
54	Genesis Beatriz Velva Cumbal	Agencia Pillaro
55	Maria Soledad Poalacin Pasochoa	Agencia Pillaro
56	Liliana Piedad Soldado Agualsaca	Agencia Pillaro
57	Ginna Aracelly Tiche Chalán	Agencia Pillaro



Anexo 3

Tabla 20: Operacionalización de la variable independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Técnica	Instrumento
<p>Dirección Estratégica</p> <p>La dirección estratégica se encuentra enfocada en buscar la mejora de la organización, mediante el uso de indicadores que determinen cada uno de los procesos realizados en la misma. Es así como la dirección estratégica es utilizada en la toma de decisiones, priorizando que se cumplan con cada uno de los objetivos propuestos por la organización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnostico estratégico • Implementación 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis interno • Análisis externo • Plan operativo • Indicadores de gestión 	<p>¿Cree que es importante conocer sobre misión visión y valores de la cooperativa?</p> <p>¿Cree usted que un plan estratégico ayuda al cumplimiento de los objetivos de la cooperativa?</p> <p>¿Qué tan importante es para la cooperativa que cuente con un plan estratégico?</p> <p>¿Con que frecuencia es considerado para la construcción y análisis de la matriz FODA?</p>	Encuesta	<p>Cuestionario dirigido a los colaboradores de la Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha LTDA.</p>

Elaborado por: Tatiana Sánchez

Tabla 21: Operacionalización de la variable dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Técnica	Instrumento
<p>Gestión del Servicio</p> <p>La gestión de servicio se encuentra enmarcada en la administración de aspectos que garanticen el agrado de los clientes, que exista la correspondiente precaución y se garantice un convenio de servicios con el que cuenta la organización sin antes olvidar que debe existir una excelente comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación • Control 	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos • Estrategias • Previo • Concurrente • Posterior 	<p>¿Considera que disponer de los recursos tecnológicos actualizados permiten mejorar la calidad en el servicio?</p> <p>¿Cree usted que las personas que prestan el servicio deben tener un título para que entreguen un servicio de calidad?</p> <p>¿Piensa usted que la calidad del servicio contribuye a un mejor posicionamiento de la cooperativa al sector financiero que pertenece?</p> <p>¿Considera usted que mejorar en el servicio permite a la cooperativa lograr fidelización de sus socios o cliente?</p>	Encuesta	<p>Cuestionario dirigido a colaboradores de la Cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha LTDA.</p>

Elaborado por: Tatiana Sánchez



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Anexo 4
ENCUESTA

Tema: La dirección estratégica como mecanismo en la gestión del servicio de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. En la ciudad de Ambato.

Objetivo: Determinar de qué manera la dirección estratégica incide como mecanismo en la gestión del servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. de la ciudad de Ambato

Instrucciones

- Lea detenidamente cada una de las preguntas antes de contestar y marque con una (X) la alternativa que considera de acuerdo con su criterio.
- Esta encuesta es anónima y personal con fines académicos.
- Se agradece dar su respuesta con la mayor transparencia a las preguntas del cuestionario.

1. INFORMACION GENERAL

1.1. Género

Femenino

Masculino

Otros

1.2. Rango de edad

De 20 a 25 años

De 26 a 30 años

De 31 a 35 años

De 36 a 40 años

Mas de 41

1.3. Nivel de Instrucción máximo alcanzado

Primaria

Secundaria

Superior

Posgrado

2. INFORMACION ESPECIFICA

2.1. ¿Cree que es importante conocer sobre misión visión y valores de la cooperativa?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Indiferente

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

2.2. ¿Cree usted que un plan estratégico ayuda al cumplimiento de los objetivos de la cooperativa?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2.3. ¿Qué tan importante es para la cooperativa que cuente con un plan estratégico?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- De poca importancia
- Sin importancia

2.4. ¿Con que frecuencia es considerado para la construcción y análisis de la matriz FODA?

- Nunca
- Casi Nunca
- Ocasionalmente
- Siempre
- Casi siempre

2.5. ¿Considera usted que los objetivos de la dirección están alineados con la estrategia de la cooperativa?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2.6. ¿Considera que disponer de los recursos tecnológicos actualizados permiten mejorar la calidad en el servicio?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2.7. ¿Cree usted que las personas que prestan el servicio deben tener un título para que entreguen un servicio de calidad?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2.8. ¿Piensa usted que la calidad del servicio contribuye a un mejor posicionamiento de la cooperativa al sector financiero que pertenece?

- Totalmente de acuerdo
-

- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2.9. ¿Considera usted que mejorar en el servicio permite a la cooperativa lograr fidelización de sus socios o cliente?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2.10. ¿Cree usted que son importantes los parámetros que establecen las entidades de control en cuanto a la tasa de interés se refiere para la gestión operativa de la organización?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- De poca importancia
- Sin importancia

2.11. ¿Cómo considera usted que es la acogida de la comunidad a los servicios financieros de las

cooperativas que existen en la ciudad de Ambato?

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- De poca importancia
- Sin importancia

2.12. ¿Cree usted que la cooperativa debería adoptar estándares de calidad para mejorar el servicio?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Gracias por su colaboración.

Anexo 5



VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

APRECIACIÓN



Tema: "La dirección estratégica como mecanismo en la gestión del servicio de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. En la ciudad de Ambato".		
Objetivo de la encuesta: Determinar de qué manera la dirección estratégica incide como mecanismo en la gestión del servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. de la ciudad de Ambato.	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.		
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.		

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.	/			
Claridad en la redacción de las preguntas.		/		
Pertinencia de la variable con los indicadores.		/		
Relevancia del contenido.		/		
Factibilidad de la aplicación.		/		
Validez de contenido del cuestionario.		/		

Observaciones: Reducción y texto.

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	Iny. Héctor Hernández
Profesión:	Administración de Empresas y Negocios
Lugar de Trabajo:	UTA - Facultad de Ciencias Administrativas.
Cargo que desempeña:	Docente
Lugar y fecha de validación:	Ambato,
E-mail:	he.hernandez@uta.edu.ec
Teléfono o celular:	0991085736
Firma:	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario



VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

APRECIACIÓN



Tema: "La dirección estratégica como mecanismo en la gestión del servicio de la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. En la ciudad de Ambato".

Objetivo de la encuesta: Determinar de qué manera la dirección estratégica incide como mecanismo en la gestión del servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Kisapincha Ltda. de la ciudad de Ambato.	SI	NO
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para que los encuestados puedan responderlo adecuadamente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El número de preguntas del cuestionario es excesivo.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento.	<input checked="" type="checkbox"/>			
Claridad en la redacción de las preguntas.	<input checked="" type="checkbox"/>			
Pertinencia de la variable con los indicadores.	<input checked="" type="checkbox"/>			
Relevancia del contenido.		<input checked="" type="checkbox"/>		
Factibilidad de la aplicación.	<input checked="" type="checkbox"/>			
Validez de contenido del cuestionario.	<input checked="" type="checkbox"/>			

Observaciones:

con el texto

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Validado por:	Ing. Arturo Montenegro R
Profesión:	Ing. Comercial
Lugar de Trabajo:	UTA - Facultad de Ciencias Administrativas.
Cargo que desempeña:	Docente
Lugar y fecha de validación:	Ambato, 9/01/2023
E-mail:	af.montenegro@uta.edu.ec
Teléfono o celular:	0984143099
Firma:	

Muchas gracias por su valiosa contribución a la validación de este cuestionario