



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniero de Empresas

TEMA: “EL COACHING GERENCIAL Y SU
INCIDENCIA EN LOS PROCESOS ESTRATÉGICOS
DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
EDUCADORES DE PASTAZA DE LA CIUDAD DE
PUYO”

Autor: Johnny Fernando Vélez Álvarez

Tutor: Lcdo. Jorge Cerón Mantilla

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2013



APROBACIÓN DEL TUTOR

Lcdo. Jorge Cerón Mantilla

CERTIFICA:

Que el presente trabajo ha sido prolijamente revisado. Por lo tanto autorizo la presentación de este trabajo de investigación, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad.

Ambato, Mayo del 2013

Lcdo. Jorge Cerón Mantilla

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Johnny Fernando Vélez Álvarez, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo a la obtención del título de Ingeniero de Empresas son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.

Johnny Fernando Vélez Álvarez

AUTOR

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente Trabajo de Investigación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f.....

Ing. Leonardo Ballesteros

f.....

Ing. David Caisa

Ambato, Agosto del 2013

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de investigación, y; según las normas de la Institución. Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Johnny Fernando Vélez Álvarez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre Miryan Elizabeth Álvarez Viteri, que fue y será el principal pilar en mi vida. La que me impulso a seguir con mi carrera profesional y no desistir, ya que de no ser por ella no estuviera en el lugar que estoy ahora.

A mi padre y hermanos que de una u otra manera siempre me supieron apoyar y fueron una inspiración para poder superar todo los obstáculos y retos en mi diario vivir.

A mis tíos, familia y amigos que siempre me dieron un consejo sabio cuando más lo necesitaba y no dejaron desmayar los sueños que tanto busque que se hicieran realidad.

Hoy dedico este trabajo a todas las personas que me apoyaron, confiaron y creyeron en mí para poder lograr mi anhelo más profundo; obtener el título de Ingeniero de Empresas.

Johnny Fernando Vélez Álvarez.

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradezco a Dios por estar siempre presente en mi vida y saber guiarme por un camino correcto y de sabiduría.

A mi prestigiosa Universidad Técnica de Ambato por haber acogido con desinterés y responsabilidad. El haber inculcado conocimientos, valores y disciplina que fueron esenciales en mi formación personal y académica.

A la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza por haberme facilitado toda la información necesaria e imprescindible para poder realizar este trabajo.

Agradezco a mi tutor de tesis Lcdo. Jorge Cerón Mantilla por haber regido pulcra y responsablemente en este camino.

Y quiero agradecer a todos quienes han contribuido en mi vida para llegar a ser quien soy hoy.

Johnny Fernando Vélez Álvarez.

ÍNDICE

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTOS.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	3
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del Problema.....	3
1.2.1. Contextualización.....	4
1.2.2. Análisis critico.....	5
1.2.3. Prognosis.....	5
1.2.4. Formulación del Problema.....	6
1.2.5. Preguntas Directrices.....	6
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación.....	6
1.3. Justificación.....	7
1.4. Objetivos.....	8
CAPITULO II.....	9
2. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Antecedentes investigativos.....	9
2.2. Fundamentación filosóficas.....	11

2.3.	Fundamentación legal	12
2.4.	Categorías fundamentales	15
2.5.	Categorización Variable Dependiente: Procesos Estratégicos	16
CAPÍTULO III.....		25
3.	MARCO METODOLÓGICO	25
3.1.	Enfoque.....	25
3.2.	Nivel o tipo de investigación	26
3.3.	Población y muestra.....	27
3.4.	Operacionalización de variables	30
3.5.	Plan de recolección de información.....	32
3.6.	Plan de procesamiento de la información	33
CAPITULO IV		34
4.	ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	34
4.1.	Análisis de resultados	34
4.2.	Interpretación de datos.....	35
4.3.	Verificación de la hipótesis.....	53
CAPITULO V		58
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
5.1.	Conclusiones	58
5.2.	Recomendaciones	59
CAPITULO VI.....		60
6.	PROPUESTA.....	60
6.1.	DATOS INFORMATIVOS	60
6.2.	Título.....	60
6.3.	Institución Ejecutora	60
6.4.	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	61

6.5.	JUSTIFICACIÓN.....	62
6.6.	OBJETIVOS	63
6.7.	ANALISIS DE FACTIBILIDAD.....	63
6.8.	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TECNICA.....	66
6.9.	METODOLOGÍA (MODELO OPERATIVO)	69
6.9.6.	Presupuesto.....	75
6.10.	EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA Y CONTROL DEL PLAN.....	78
6.11.	Cronograma.....	79
	Bibliografía	80
	ANEXOS.....	84
	<i>Anexo 1:</i>	84
	<i>Anexo 2:</i>	87
	<i>Anexo 3:</i>	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Personal Interno de la Cooperativa de Ahorro y Crédito educadores de Pastaza	27
Tabla 2:	Recolección de información	32
Tabla 3:	¿Existe auto eficiencia en la cooperativa?	35
Tabla 4.	¿La cooperativa proporciona bienestar personal?.....	36
Tabla. 5	¿Existe capacidad de liderazgo por parte del personal y directivos?.....	37
Tabla 6	¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente?.....	38
Tabla 7	¿Existe capacidad de dirigir la cooperativa por parte de los directivos?	39
Tabla 8.	¿Se alcanzan las metas establecidas en la cooperativa?.....	40
Tabla 9.	¿Existe un control en la gestión del tiempo del servicio de la cooperativa?	41
Tabla 10.	¿Existe innovación continua en los servicio de la cooperativa?	42
Tabla 11.	¿Con que frecuencia se analiza el rendimiento de la cooperativa?.....	43
Tabla 12.	¿Con qué frecuencia se aplica un análisis del servicio de la cooperativa?	44

Tabla 13. ¿El involucramiento en el trabajo del personal es eficiente?.....	45
Tabla 14. ¿Considera usted que la eficiencia en la atención al cliente es adecuada? 46	
Tabla 15 ¿Existe efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente por parte de la cooperativa?.....	47
Tabla 16 ¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente?.....	48
Tabla 17 ¿Existe un control del rendimiento del servicio ofertado?.....	49
Tabla 18 ¿La cooperativa toma decisiones oportunas con respecto a la solución de problemas y asesoría al cliente?.....	50
Tabla 19 ¿El compromiso organizacional de la cooperativa y el personal es adecuado?	51
Tabla 20 ¿Cómo es la asesoría y servicio al cliente?.....	52
Tabla 21 Frecuencias observadas (fo) y esperadas (fe)	55
Tabla 22 Estadístico Chi-cuadrado	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. ¿Existe auto eficiencia en la cooperativa?	35
Gráfico 2 ¿La cooperativa proporciona bienestar personal?.....	36
Gráfico 3 ¿Existe capacidad de liderazgo por parte del personal y directivos?.....	37
Gráfico 4 ¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente?	38
Gráfico 5 ¿Existe capacidad de dirigir la cooperativa por parte de los directivos? ...	39
Gráfico 6 ¿Se alcanzan las metas establecidas en la cooperativa?.....	40
Gráfico 7 ¿Existe un control en la gestión del tiempo del servicio de la cooperativa?41	
Gráfico 8 ¿Existe innovación continua en los servicio de la cooperativa?	42
Gráfico 9 ¿Con que frecuencia se analiza el rendimiento de la cooperativa?.....	43
Gráfico 10 ¿Con qué frecuencia se aplica un análisis del servicio de la cooperativa?44	
Gráfico 11 ¿El involucramiento en el trabajo del personal es eficiente?.....	45
Gráfico 12 ¿Cómo considera usted que es la eficiencia en la atención al cliente? ...	46
Gráfico 13 ¿Existe efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente por parte de la cooperativa?.....	47
Gráfico 14 ¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente?	48
Gráfico 15 ¿Existe un control del rendimiento del servicio ofertado?.....	49

Gráfico 16 ¿La cooperativa toma decisiones oportunas con respecto a la solución de problemas y asesoría al cliente?.....	50
Gráfico 17 ¿El compromiso organizacional de la cooperativa y el personal es adecuado?.....	51
Gráfico 18 ¿Cómo es la asesoría y servicio al cliente?	52

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como título El Coaching Gerencial Y Su Incidencia en los Procesos Estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza; se ha decidido investigar este tema con la necesidad de que la cooperativa carece de un plan de Coaching Gerencial que mejore los procesos estratégicos; así como también fomente los compromisos y motivación del personal que trabaja en la cooperativa.

Nos hemos guiado con la ejecución de encuestas tanto para clientes internos y externos con el fin de obtener mayor información de lo que sucede en la cooperativa y con el servicio; y además aportaron para la elaboración del plan de Coaching Gerencial. Con esta investigación se obtuvo resultados que favorecieron tanto al cliente como a la misma empresa con la aplicación de estrategias, programas de motivación y liderazgo. Esto con el objetivo de brindar servicio de calidad al cliente para que de esta manera el cliente se sienta satisfecho y la cooperativa comience a tener resultados exitosos con el correcto proceso estratégico.

Palabras claves: Coaching Gerencial, Incidencia, Procesos Estratégicos.

INTRODUCCIÓN

Actualmente el sistema financiero del Ecuador, establece que este sistema debe contar con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez.

Las instituciones deberán reinscribirse bajo nuevos estándares, requisitos y exigencias que garanticen que sean solventes y activas. Se pretende partir de cero, nuevamente con una reinscripción de las cooperativas en el país, con nuevos estándares, requisitos, exigencias que garanticen que efectivamente las cooperativas son solventes, están activas, hay democracia interna; con el propósito de mejorar los procesos estratégicos y mantener un control interno y externo de las cooperativas.

La presente investigación se realiza debido a la necesidad de mejorar los procesos estratégicos que oferta la cooperativa, y ejecutar un plan de coaching gerencial.

En el primer capítulo se analiza toda la problemática existente que es la carencia y desconocimiento de un coaching gerencial y su incidencia en los procesos estratégicos de la cooperativa.

En el segundo capítulo se establece la investigación en base a los antecedentes de otras investigaciones, reglamento o artículos legales que influyan con el problema planteado y el análisis adecuado de cada una de las variables determinadas en la investigación, siendo la variable independiente coaching gerencial y la variable dependiente procesos estratégicos.

En el capítulo tres que es el marco metodológico se establece el enfoque, el nivel o tipo de investigación, se determina la muestra y la población, y se concreta el plan de recolección y los tipos de instrumentos que se van a utilizar para proceder a la investigación.

En el cuarto capítulo se analiza y se interpreta los resultados obtenidos de las tabulaciones efectuadas a partir de las encuestas de los clientes internos y externos.

Y en el quinto capítulo se despliegan las conclusiones y recomendaciones obtenidas en la investigación.

Finalmente en el sexto capítulo se diseña la propuesta y se la desarrolla, justificando su aplicación, fundamentándola, y estableciendo el presupuesto de la elaboración del plan.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

“El Coaching Gerencial y su Incidencia en los Procesos Estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza de la ciudad de Puyo”

1.2. Planteamiento del Problema

El Desconocimiento del Coaching Gerencial incide en los Procesos Estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza

1.2.1. Contextualización

El comienzo del siglo XXI, ha supuesto un cambio de paradigma en la gestión de las organizaciones empresariales, administrativas, y sobre todo en lo relativo a las relaciones de los individuos consigo mismo.

El desarrollo personal se enlaza profundamente con el desarrollo profesional y los individuos buscan propuestas que permitan equilibrar adecuadamente la balanza del “yo”, el “otro” y “nosotros”.

La demanda de “modelos” que faciliten el desarrollo personal y profesional, el respeto a la ecología del sistema individual, la gestión de los estados socio emocionales, han generado sistemas referenciales que adecuadamente desarrollados permiten sacar lo mejor de cada individuo.

La capacidad reflexiva y las competencias relacionales y de comunicación son características claves a desarrollar en la empresa actual, y en este contexto el Coaching tiene mucho que ver con las dos.

Los cambios derivados de la globalización, por tanto del mundo "exterior" han modificado las reglas válidas hasta ahora. Estos cambios requieren en las organizaciones de profesionales comprometidos con la misión y el objetivo de las mismas; profesionales capaces de pensar por sí mismos y con autonomía suficiente para tomar decisiones y dar respuesta a las necesidades de cada momento. Profesionales con confianza en sí mismos y en la organización para la que trabajan, con un alto sentido del compromiso y de la responsabilidad y con un estilo de liderazgo basado en las personas, sus relaciones, motivaciones, inquietudes y necesidades, que les permita el logro de la misión a través de sus valores.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza se dedica a ofrecer servicios de ahorro y crédito en Pastaza, en la ciudad de Puyo; sus servicios son ofertados con gran calidad de servicio al cliente; con el propósito que la ciudadanía tenga confianza y seguridad de donde tiene su dinero. Por esto a la vez la cooperativa preocupada de su desconocimiento en el coaching gerencial quiere mejorar los procesos estratégicos.

1.2.2. Análisis crítico

Para la Cooperativa al detectar la carencia de un coaching gerencial, sabiendo que este es muy importante en una empresa, ya que promueve la reflexión en su cliente, para que sea éste, con sus recursos, quien encuentre nuevas alternativas y posibilidades para mejorar sus acciones y en consecuencia, sus resultados.

Algo que va muy de la mano con lo anteriormente mencionado es la falta de liderazgo ya que en la actualidad las empresas están pidiendo a sus gerentes y ejecutivos que desarrollen nuevos productos, canales de producción, métodos de comercialización, etc., esto exige algo más que experiencia técnica, capacidad administrativa y conocimientos de gestión tradicional, esto es que, lo que se exige es: liderazgo.

Un factor que ha hecho evidente la problemática es la falta de capacitación al personal que es un ente importante en la cooperativa ya que en la actualidad los negocios que se mueven rápidamente, donde los cambios se presentan a una velocidad creciente y sin precedentes, podemos afirmar que hoy en día la única constante es el cambio. Es por ello que el proceso de la Administración de Recursos Humanos nunca se detiene. Más bien es un procedimiento progresivo que trata de mantener siempre en la organización a la gente adecuada, en las posiciones adecuadas, en el momento adecuado.

1.2.3. Prognosis

Para la cooperativa, es preciso solucionar el problema planteado, ya que la misma tiene dificultades en el desconocimiento del coaching gerencial de la cooperativa, lo cual afecta en los procesos estratégicos.

De mantenerse la problemática en la cooperativa esto provocaría que se apliquen inadecuados procesos estratégicos entendiendo que la elaboración de una estrategia no

es un fenómeno individual, envuelve a toda la organización; por lo cual afectaría en la toma de decisiones en la cooperativa.

Al no ejecutarse alguna solución en la cooperativa existirá un bajo rendimiento laboral, esto afectaría en las actividad de la cooperativa y a su desarrollo cotidiano en los servicios que ofertan a sus clientes y en los procesos estratégicos.

1.2.4. Formulación del Problema

¿Cómo incide el desconocimiento del coaching gerencial en el mejoramiento de los procesos estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza de la ciudad de Puyo en el año 2013?

1.2.5. Preguntas Directrices

- ¿Cuáles son las razones por las que no existe un conocimiento del coaching gerencial en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza?
- ¿Existe eficiencia en los procesos estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza?
- ¿Qué plan de coaching gerencial se puede aplicar para mejorar los procesos estratégicos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza?

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

- **Delimitación de contenido:**

CAMPO: Administración

ÁREA: Coaching Gerencial

ASPECTO: Procesos Estratégicos

- **Delimitación espacial:** Esta investigación se realizará con los clientes internos y Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza, de la ciudad de Puyo.
- **Delimitación temporal:** Este problema será estudiado en el período comprendido en el primer semestre Enero – Abril del 2013.

1.3. Justificación

Se considera que el tema planteado en el presente trabajo de investigación es algo nuevo entre las Cooperativas ya que es algo que inusualmente no se aplica y no es tomado en cuenta como un factor importante en el desarrollo de las actividades financieras de las cooperativas.

El trabajo de investigación presente procura establecer y proponer una opción de solución al problema planteado, ya que esto ayudará a la que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza conozca sobre el coaching gerencial y así pueda mejorar los procesos estratégicos.

Esta investigación se lo hará en base a la indagación de este tema por medio de la manifestación y aplicación de los conocimientos en la misma a nivel profesional adquiridos en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato y comprobarlos en la defensa para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

- Establecer un adecuado Coaching gerencial para mejorar los procesos estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Precisar cuáles son las razones por las que no existe un conocimiento del coaching gerencial en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
- Analizar los procesos estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
- Proponer un plan de coaching gerencial para incrementar el mejoramiento de los procesos estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

Para sustentar esta investigación se consideraron algunos estudios encontrados y relacionados con el tema de estudio, los cuales ayudan a respaldar la información y a lograr tener un conocimiento más amplio del tema. Se tiene como referencia la información dada por la misma Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza y gerente que ha ayudado con su aportación y a la vez una exploración en documentos y material bibliográfico de temas semejantes al tema de investigación de la Universidad Técnica de Ambato de la Facultad de Ciencias Administrativas.

(Coronado, 2004) “Propuesta de una metodología de Coaching como Estrategia organizacional”. Universidad Francisco Marroquín.

Objetivos

- Mejorar los resultados individuales y organizacionales.
- Aumentar la motivación hacia el trabajo.

- Facilitar la comunicación.
- Reforzar los aspectos positivos y cambiar los reprobables.

Recomendaciones

- Se recomienda realizar una aplicación piloto para evaluar el impacto y enriquecerla metodología de la propuesta.
- Se tiene que considerar elemento que puedan afectar la implementación tales como la rigidez organizacional y la envidia profesional. Se debe promover una filosofía de desarrollo y crecimiento profesional para que se establezca como valor y no surjan las limitantes mencionadas.
- Sacar a la luz los posibles prejuicios y trabajar en ellos para que no afecten ni limiten el desarrollo del programa.

Resumen

El coaching es un término utilizado originalmente en los deportes, ha sido adoptado por las organizaciones para lograr el alto rendimiento en los equipos de trabajo mediante la intervención de un coach que instruirá, alentará y exigirá el máximo desempeño de su equipo.

(Masaquiza, 2012)“El Coaching y su Impacto en el Desempeño Laboral, en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Pedro de Pelileo” Universidad Técnica de Ambato.

Conclusiones

Una vez finalizado el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los clientes internos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Pedro de Pelileo se concluye que:

- La falta de planificación para proceder a capacitar a los empleados, afecta el Desempeño Laboral y la imagen institucional.
- El bajo interés de los departamentos administrativos sobre la capacitación en cuanto a temas de la actualidad como es el caso del Coaching, conlleva a que los

empleados no actualicen sus conocimientos y ejerzan sus funciones tradicionalmente.

- La capacitación que imparte el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Pedro de Pelileo, está dada en base a parámetros netamente unificados, ya que no se analiza las necesidades de capacitación y aprendizaje de cada uno de los departamentos.

Resumen:

En la Actualidad existen elementos como la globalización, la competencia y el exigente mercado, que según ciertas percepciones ha provocado que el mundo sea más competitivo, es por ello que la intención de toda empresa es encontrar una herramienta manejable que les permita un crecimiento constante, a través de su gente es decir enfocado a estrategias empresariales en base a la capacitación del personal, ya que facilita al empleado a desarrollar mayores aptitudes, conocimientos y habilidades que aumenten sus competencias, para desempeñarse con éxito y satisfacción en su puesto de trabajo, permitiendo a su vez que el trabajador se adapte a los cambios que se dan día a día dentro de la organización.

2.2. Fundamentación filosófica

2.2.1. Fundamentación Crítico Propositivo

El desarrollo del presente trabajo de investigación se fundamentara en el paradigma **Crítico-Propositivo** ya que se basa en el contexto real en la que se desenvuelven cada una de las actividades financieras que realiza la cooperativa y en si sus actividades empresariales; por lo cual también como esta su relación con el mercado.

2.2.2. Fundamentación Epistemológica

A partir del enfoque epistemológico de totalidad concreta por cuanto la presente investigación nos llevará a conceptualizar la variable independiente del Coaching

Gerencial, y la variable dependiente Procesos Estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza sustentando en la teoría de varios autores.

2.2.3. Fundamentación Ontológica

Desde el punto de vista ontológico, estando al tanto de la realidad del problema de la cooperativa se trata de proponer una posible solución del problema mediante la aplicación de un pre conocimiento y planes del Coaching gerencial.

2.2.4. Fundamentación Axiológica

La investigación desde el punto de vista axiológico, busca rescatar en la cooperativa valores corporativos, ya que son factores muy importantes por ser una institución financiera lo cual para el cliente es muy importante creer y confiar en la cooperativa.

2.2.5. Fundamentación Metodológica

Desde el punto de vista metodológico se aplicará los siguientes métodos: Bibliográfico y de campo; ya que esto nos permite analizar la información escrita obtenida de documentos, libros, informes y manejar las variables de gestiones comerciales y competitividad; permitirá que se tome mejores decisiones en la solución del problema.

2.3. Fundamentación legal

LEY DE COOPERATIVAS Y CODIFICACIÓN

TITULO I

Naturaleza y Fines

Art.1. Son Cooperativas las sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar

y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una cooperativa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros. Los derechos, obligaciones y actividades de las cooperativas y de sus socios se regirán por las normas establecidas en esta ley, en el reglamento general, en los reglamentos especiales y en los estatutos, y por los principios universales del cooperativismo.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza al cumplir con todos los requisitos que establece la Ley de Cooperativas para llevar a cabo su creación, actividad y funcionamiento, está regida por la misma, lo que le faculta a continuar con sus operaciones, siempre y cuando se mantenga dentro de lo que dispone la misma. (Nacional, pág. 2008)

Ley Orgánica del Sistema Cooperativo y Financiero Popular y Solidario

Título III

DE LA CONSTITUCIÓN, ORGANIZACIÓN Y EXTINCIÓN DE

LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO

Art. 80.- Las cooperativas que efectúen actividades financieras en los términos de la presente ley, se abstendrán de devolver aportes cuando ellos sean necesarios para el cumplimiento de los límites previstos en el presente artículo así como de los establecidos en las normas sobre margen de solvencia que emita la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Art. 81.- Las cooperativas de ahorro y crédito, por intermedio de sus consejos de administración, deberán:

- a) Definir la política financiera y crediticia y controlar su ejecución;
- b) Dictar el Manual de Políticas, Normas y Procedimientos de Crédito, en concordancia con las disposiciones legales que rijan para el efecto;

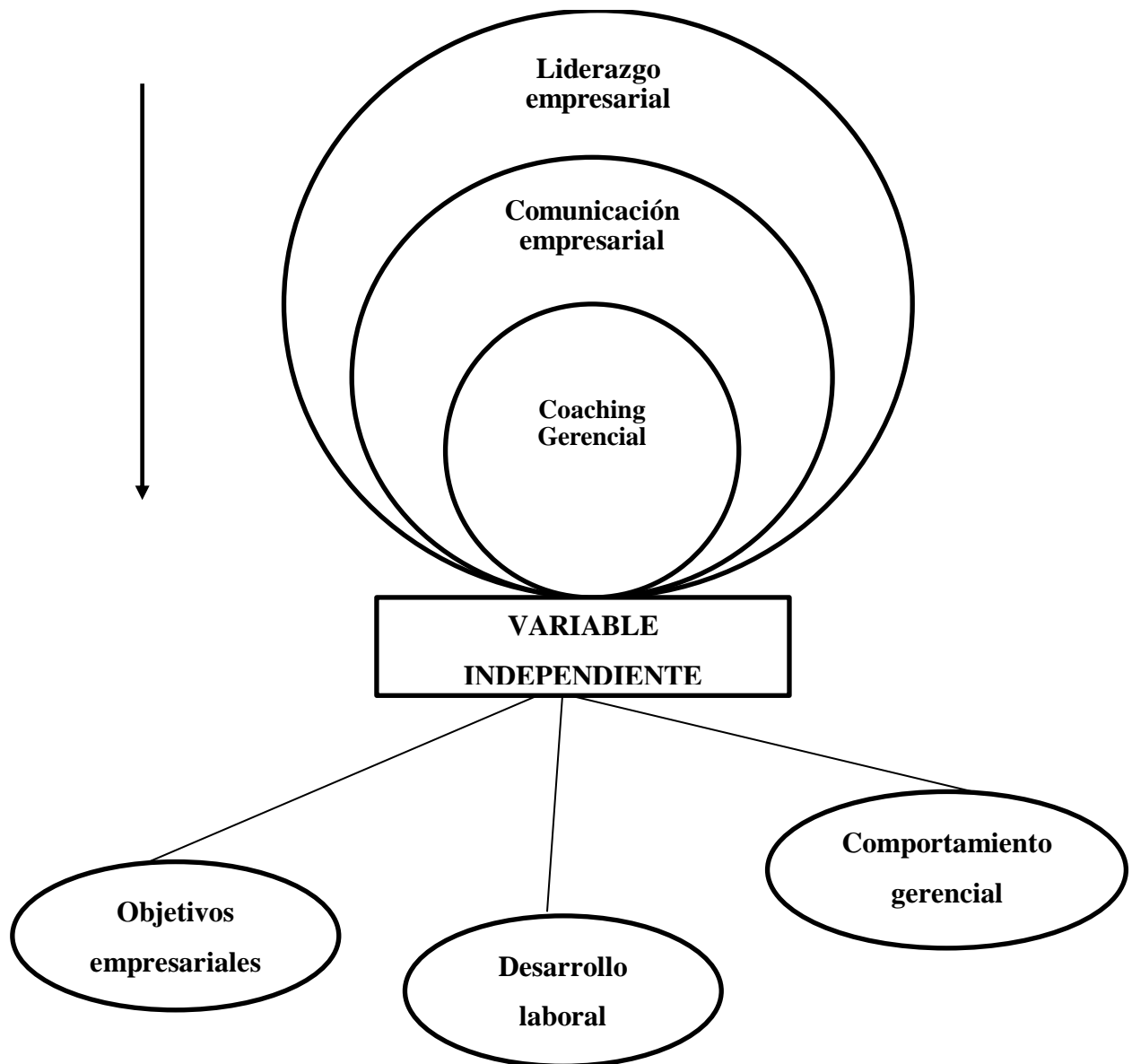
- c) Designar a los Miembros del Comité de Crédito;
- d) Aprobar los créditos directos o indirectos a favor de los vocales de los Consejos de Administración, Vigilancia y Gerente, quienes no podrán obtenerlos en condiciones preferenciales de plazo, monto, garantía y tasa de interés;
- e) Observar los deberes, obligaciones y responsabilidades implícitas, respecto de las funciones de los órganos de control; y,
- f) Vigilar que en cuanto a la Cartera de Crédito se cumpla estrictamente las normas dictadas para el efecto.

Art. 82.-El Comité de Crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, asumirá las siguientes responsabilidades ante los socios:

- a) Definir las directrices estratégicas que regulen la administración de riesgos crediticios;
- b) Aprobar operaciones de crédito de acuerdo a los montos máximos asignados por el Consejo de Administración, y los que se concedieren a funcionarios y empleados de la Cooperativa;
- c) Realizar análisis periódicos del comportamiento del crédito a efectos de anticipar riesgos y establecer límites totales de crédito; y,
- d) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones del Manual de Crédito.

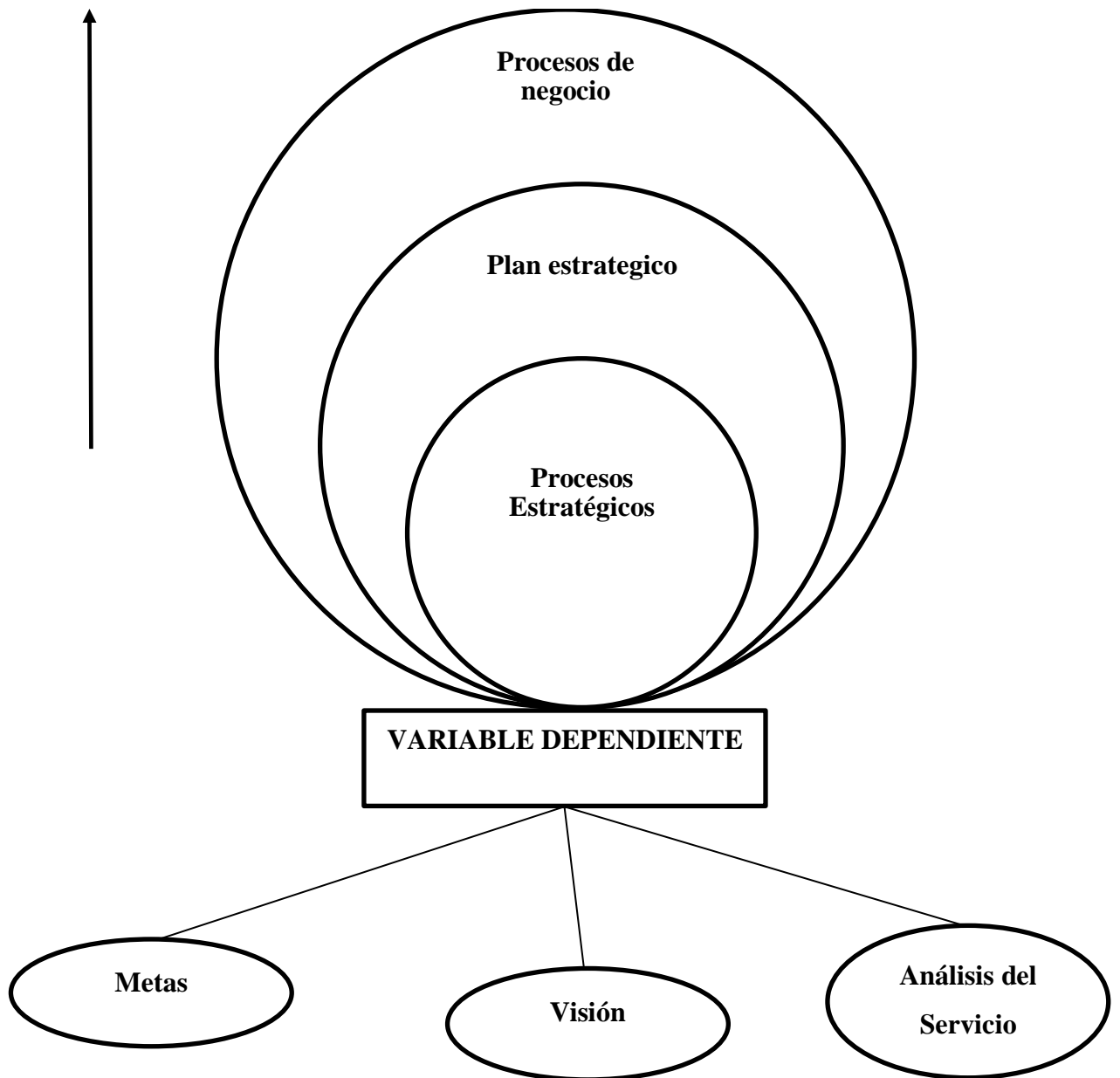
2.4. Categorías fundamentales

Variable Independiente: Coaching Gerencial



Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

2.5. Categorización Variable Dependiente: Procesos Estratégicos



Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

COACHING EMPRESARIAL

Según (Psicoconsult, 2012), el Coaching Gerencial es una herramienta de asesoramiento manejada a través de sesiones, donde se planten objetivos alcanzables y medibles. Su principal meta es la de explotar la potencialidad del Gerente, con el fin de alcanzar el máximo desarrollo laboral y aprovechamiento de sus fortalezas.

Por otro lado (América, 2011), menciona que es un método formativo que promueve el desarrollo personal y gerencial, es un comportamiento de liderazgo que influencia a los colaboradores de tal manera que el continuo compromiso y capacidad conduzcan consistentemente a un óptimo desempeño y un óptimo resultado. Desde esta perspectiva adquiere la dimensión de una importante herramienta para los gerentes y directores de una organización.

Consiste en el desarrollo de habilidades y capacidades específicas de aquellos que lideran las empresas, con el objetivo de facilitar el aprendizaje, proveer recursos, guiando y apoyando a sus colaboradores con el fin de maximizar su desempeño y remover los obstáculos que dificultan el lograrlo.

Se sostiene en el concepto de efectividad organizacional e implica una estrategia de largo plazo para el desarrollo del capital humano.

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Para (Comunicación, 2009), la comunicación empresarial o corporativa es la comunicación que proviene de una empresa, ONG, organización o instituto y se dirige a sus distintos públicos-meta. Éstos pueden ser internos – empleados, accionistas, etc. o externos (clientes, medios de comunicación, gobiernos, agrupaciones empresariales, universidades, público en general, etc.)

Comunicación empresarial, por tanto, sirve de vínculo entre una organización y sus públicos. Las organizaciones pueden comunicar a su público-meta a través de las relaciones públicas y la publicidad, mediante boletines de noticias, videos, gestión de crisis con los medios de comunicación, planificación de eventos especiales, la creación de valor del producto y la comunicación con accionistas, clientes o inversores.

La comunicación empresarial tiene que ver con la gestión de las percepciones, una eficaz y oportuna difusión de la información, una imagen corporativa positiva y una relación positiva con todos las partes interesadas.

Por otro lado (Valda, 2011), la comunicación es un elemento de gran importancia de las relaciones humanas, el ser humano por naturaleza, necesita relacionarse con otras personas para poder satisfacer sus necesidades de afecto y socialización, y esto lo logra a través de diversos medios de comunicación.

LIDERAZGO EMPRESARIAL

Según (Valencia, 2011), el liderazgo empresarial o gerencial se basa en saber dirigir ya sea la propia empresa o dirigir dentro de la propia empresa. Está más que demostrado que el liderazgo empresarial o autoritario basado en la superioridad o infundir miedo no funciona, al contrario; crea recelo.

Para (Villegas, 2005), la visión que tienen en general los trabajadores de su jefe es que ordenan, mandan, deciden, dicen lo que se debe hacer, imponen criterios, distribuyen el trabajo, controlan y supervisan las tareas. La preocupación de los directivos y mando debería estar centrada en crear una imagen tal, que sus subordinados lo catalogaran como un colaborador más, orientador, escucha de su gente, generador de confianza; aceptado naturalmente por el grupo, buen comunicador persona que apoye y ayude, que transmite seguridad.

El mando que es líder trabaja para ser aceptado por su carisma y su servicio a un equipo que compra ayuda y orientación para cumplir con las metas prefijadas que se han negociado previamente.

El líder es el respaldo del equipo, el que potencia a las personas para que se desarrollen sus inquietudes, iniciativas y creatividad. Fomenta la responsabilidad, el espíritu de equipo, el desarrollo personal, y, especialmente, es el artesano de la creación de un espíritu de pertenencia que une a los colaboradores para decidir las medidas a tomar.

OBJETIVOS EMPRESARIALES

(Echevarría, 2005, pág. 211), “Los objetivos son enunciados que establecen qué se va a lograr, pero no cómo”. Es por ello que la ayuda de un coach puede facilitar en gran medida la definición de objetivos para la empresa, al tiempo que puede ayudar a desarrollar un plan de acción acorde con las necesidades de la organización y sus empleados.

Según (Velgar, 2008), los objetivos o metas empresariales proporcionan una definición más clara de las metas descritas en la misión de la organización, ya que en ésta se define el propósito fundamental y el contexto dentro del cual se desarrollan las actividades de la empresa, pero necesita ser complementado con enunciados generales que indiquen los principales programas o áreas de actividades que se trabajarán a largo plazo indicando los resultados que se esperan obtener.

DESARROLLO LABORAL

Es la transición de un nivel laboral, (puesto o plaza ocupada por el sujeto en una determinada empresa del sector privado o del gobierno), a uno de mayor categoría con una remuneración mejorada, pero con una mayor responsabilidad en base a la preparación o capacidad certificada de la persona ascendida. Los ascensos laborales, son oportunidades que cada empleado experimenta muy pocas veces en su vida; si la persona cuenta con la experiencia necesaria, la preparación académica adecuada y la valoración de su propia persona, puede hacer de su oportunidad de ascenso una realidad.

(Sanchis, 2008, pág. 47), manifiesta que el desempeño laboral es la forma en que los empleados realizan su trabajo. Éste se evalúa durante las revisiones de su rendimiento, mediante las cuales un empleador tiene en cuenta factores como la capacidad de liderazgo, la gestión del tiempo, las habilidades organizativas y la productividad para analizar cada empleado de forma individual. Las revisiones del rendimiento laboral por lo general se llevan a cabo anualmente y pueden determinar que se eleve la elegibilidad

de un empleado, decidir si es apto para ser promovido o incluso si debiera ser despedido.

PROCESO ESTRATÉGICO

Según Simón Andrade, define la elaboración de una estrategia no es un fenómeno individual, envuelve a toda la organización. Hoy probablemente ni siquiera un proyecto de desarrollo personal pueda lanzarse obviando que existen partes interesadas, que haremos alianzas o dependeremos de varios proveedores de apoyo; con todas estas personas necesitamos alinearlos en algún momento, compartir información y criterios a fin de arribar a un plan dinámico y coherente que ofrezca un mínimo de garantías de éxito.

(Guillen, 2003, págs. 139-143), señaló que las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entrega a los clientes que nos compran o contratan. Por lo cual todo proceso de reflexión estratégica adecuado a la dinámica que nos rodea debe sobre todo catalizar un sentido de dirección y propósito compartido. Tendrá que infundir fe y energías, posibilitar el aprendizaje y apoyarse en él, e invitar a la emergencia de iniciativas reveladoras.

Un proceso estratégico, en el presente, parte de asumir la complejidad que entraña decidir el patrón de conducta más apropiado para la empresa, y se abre a la posibilidad de elaborar nuevas aproximaciones sobre la marcha.

META

Es un pequeño objetivo que lleva a conseguir el objetivo como tal. La meta se puede entender como la expresión de un objetivo en términos cuantitativos y cualitativos.

Las metas son como los procesos que se deben seguir y terminar para poder llegar al objetivo. Todo objetivo está compuesto por una serie de metas, que unidas y alcanzadas conforman el objetivo. (Couso, 2005)

Por otro lado (Caicedo, 2010), generalmente las metas de la organización cumplen tres funciones principales:

1. Establecen el estado futuro deseado que la organización quiere alcanzar, por lo que constituyen principios generales que deben ser seguidos por los miembros de la organización.
2. Proporcionan una lógica o razón fundamental para la existencia de la organización
3. Proporcionan un conjunto de estándares con los que se puede contrastar el rendimiento organizativo.

Una empresa debe de siempre mantener metas y fijar un tiempo de cumplimiento para cada una de ellas, de esta manera se puede saber qué avances se han tenido, y en caso de haber alguna problemática o incumplimiento de los objetivos se pueden tomar acciones para corregir.

PROCESOS EMPRESARIALES

Para (González), consiste en crear un proceso que satisfaga los requisitos de los distintos grupos de interés de la empresa de una forma mejor, partiendo de efectividad, eficiencia y flexibilidad. Por lo tanto según lo anterior, se define el proceso empresarial como, los pasos a seguir para alcanzar los objetivos en la producción de un producto determinando. Sin embargo, cuando una empresa hace cambios en su proceso empresarial es consecuencia por:

- El medio social y el entorno competitivo lo exigen al haber una divergencia importante entre su sistema de valores y el de la empresa.
- Presiones de los propietarios sobre el equipo de gestión.
- Objetivos ambiciosos a alcanzar y el agotamiento de los mecanismos clásicos de actuación.
- Los cambios constantes y profundos en el mercado y en la competencia.
- Los riesgos de supervivencia misma de la empresa.
- La baja productividad de la empresa, y la consecuente imperiosa necesidad de reducir costos.

(Kotler, Philip. 2009), Descripción de una estructura multifuncional dentro de una empresa. Estos actúan como procedimientos organizativos que traspasan los límites de los centros de coste. En general, los centros de coste múltiples participan en la ejecución de un proceso empresarial. Los procesos empresariales utilizan diferentes recursos suministrados por los centros de coste mediante clases de actividad determinadas.

PLAN DE PROCESOS ESTRATEGICOS

Según Berry (1994, p. 50), el plan de empresa (también denominado memoria del proyecto) es la plasmación escrita y ordenada de nuestra idea. La escritura permite realizar una reflexión sobre nuestra idea inicial, estructurando la idea inicial y ajustando el proyecto para reducir al máximo los riesgos.

Ante tales evidencias, Albrecht (1996, p. 61), El objetivo último del plan de empresa es concretar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto a medio y largo plazo. Esto nos permitirá llegar a conclusiones y decidir si finalmente debe constituirse la empresa, asumiendo unos riesgos controlados, o si debe desecharse la idea de negocio, evitando de esta manera un fracaso seguro. Tanto en uno como en otro caso, el plan de empresa habrá sido una herramienta de gran utilidad.

Internamente sirve para que los promotores reflexionen acerca de su idea inicial, le den forma y la estructuren con coherencia, evaluando todas las posibilidades. El hacerlo por escrito constituye un medio de reflexión. De esta forma, un estudio exhaustivo del proyecto permite saber la viabilidad del proyecto, desde una perspectiva técnica, económica y jurídica.

Externamente, el plan de empresa es una carta de presentación de nuestro proyecto, útil a diversos niveles: obtener financiación, optar a posibles subvenciones, convencer a un posible socio para que participe, captar los primeros clientes, etc.

VISIÓN

(Diccionario de Marketing, 2009), señala la importancia de la visión radica en que es una fuente de inspiración para el negocio, representa la esencia que guía la iniciativa, de él se extraen fuerzas en los momentos difíciles y ayuda a trabajar por un motivo y en la misma dirección a todos los que se comprometen en el negocio.

Por su parte (Barquero José Daniel, 2007, pág. 1), menciona que el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo todavía mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar. Por consiguiente, los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas, etc.

ANÁLISIS DEL SERVICIO

(Stanton William, 2004), menciona que es un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico.

Los servicios son actividades identificables, intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

(Loaiza, 2007), indica a los efectos prácticos debemos considerar los servicios como productos intangibles, pero productos al fin y al cabo. Por tanto, sobre los servicios se aplican todas las ideas que sirven para los productos. Es cierto, sin embargo, que los servicios tienen características propias que los diferencian, y mucho, de los productos tangibles, los que influirán en la forma de comercializar el servicio.

Usaremos, así la palabra producto para referirnos genéricamente a productos y servicios, dejando la palabra servicio para aquellos "servicios adicionales" que se prestan con el producto por razones que ahora no detallaremos. Por ejemplo, si su peluquero le ofrece un café mientras le corta el pelo, entenderemos que el corte de cabello es el producto que se ofrece y que el café es un servicio que acompaña al producto.

2.1. Hipótesis

La utilización de un plan de Coaching Gerencial y su mejoramiento en los Procesos Estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

2.2. Señalamiento de variables

Variable Independiente:

X = Coaching Gerencial

Variable Dependiente:

Y = Procesos Estratégicos

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque

La investigación de este tema se enfocará en el ámbito cuantitativo y cualitativo; en lo cuantitativo ya que permitirá examinar los datos de manera científica, o más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.; se utilizara el muestreo, tabulaciones; es de carácter descriptivo y la usan los investigadores para entender la importancia del conocimiento del coaching gerencial en las cooperativas y de su influencia en las actividades financieras.

En lo cualitativo se emplearán métodos de recolección de datos que son no cuantitativos, con el propósito de explorar su eficiencias en los servicios que ofrece y los procesos estratégicos en el mercado de la ciudad de Puyo y de su cartera de clientes.

Lo cual ayudará a un mejor entendimiento y desarrollo del problema planteado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

3.2. Nivel o tipo de investigación

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva, trabaja sobre realidades de hecho y su característica la de presentar una interpretación correcta.

Para el problema de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza, se ha utilizado como técnica la encuesta semiestructurada, personal para clientes internos a través de un instrumento como es el cuestionario de preguntas de carácter nominal politónica, las mismas que fueron entregadas en forma personal; para luego registrarles una a una en el programa SPSS y obtener los resultados para su análisis e interpretación.

Investigación Exploratoria

Es un tema nuevo que nos ayudará a investigar y determinar las falencias que incurren con frecuencia dentro de la cooperativa; esta investigación aportará a tomar decisiones y a desarrollar un sistema de conocimiento y control del coaching que normalmente en las cooperativas no se conoce y se las aplica.

Se pretende recoger e identificar antecedentes generales, números y cuantificaciones, temas y tópicos respecto del problema investigado, sugerencias de aspectos relacionados que deberían examinarse en profundidad en futuras investigaciones de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza. Su objetivo es ayudar al investigador a documentar ciertas experiencias, examinar temas o problemas poco estudiados o que no han sido abordadas antes. Por lo general investigan tendencias, identifican relaciones potenciales entre variables en estudio y ayudará a futuras investigaciones más rigurosas.

Esta investigación me sirve de soporte para mi tema de investigación porque luego de obtener una lista de los posibles problemas que existe en la cooperativa, se pudo llegar a tomar los aspectos fundamentales de un problema que se refiere al desconocimiento del

coaching gerencial, que se ve influenciada en los procesos estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

3.3. Población y muestra

En la presente investigación se tomara en cuenta a una muestra de la población de clientes internos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza

Tabla 1 Personal Interno de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza

COMPOSICIÓN	No. PERSONAL
Almacén	1
Cartera	1
Comisariato	2
Contabilidad	1
Gerencia	1
Presidente	1
Administración	8
Vigilancia	3
Presidente vigilancia	1
TOTAL	19

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

La población de los clientes internos es de 19 personas con las que cuenta actualmente la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

CLIENTES EXTERNOS

Son 230 personas que acuden a las instalaciones y servicios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza

Muestra

Por tratarse de un número considerablemente grande el de los clientes externos, se procederá a aplicar la fórmula del muestreo para obtener una muestra que permita indagar con mayor precisión y confianza a la población objeto de estudio.

$$n = \frac{PQ(N)}{(N-1)(E/K)^2 + PQ}$$

PQ= Variable media de la población (0.25)

N= Población o universo = 230

E= Error admisible (0.05)

K= Coeficiente de corrección de error (2)

$$n = \frac{230}{(230-1)(0.05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{230}{(229)(0.0025) + 1}$$

$$n = \frac{230}{0,5725 + 1}$$

$$n = \frac{230}{1,5725} \quad n = 146,26 = \mathbf{146}$$

Por lo tanto, serán encuestados 146 clientes externos, más 19 directivos y personal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza de la ciudad de Puyo.

Por lo tanto el total de encuestado serán:

146 clientes externos

19 clientes internos

165 total encuestados

El total de encuestado es de 165 personas.

3.4. Operacionalización de variables

3.4.1. Variable Independiente: Coaching Gerencial

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIZACIÓN	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS/ INSTRUMENTOS
Método formativo que promueve el desarrollo personal y gerencial, es un comportamiento de liderazgo que influencia a los colaboradores de tal manera que el continuo compromiso y capacidad conduzcan consistentemente a un óptimo desempeño y un óptimo resultado. Desde esta perspectiva adquiere la dimensión de una importante herramienta para los gerentes y directores de una organización.	Desarrollo personal Liderazgo Desempeño laboral Herramienta empresarial	Auto eficiencia Bienestar personal Liderazgo Capacidad de dirigir Alcanzar metas Innovación Rendimiento Gestión del tiempo Análisis del servicio Asesoría y servicio al cliente	¿Existe auto eficiencia en la cooperativa? ¿La cooperativa proporciona bienestar personal? ¿Existe capacidad de liderazgo por parte del personal y directivos? ¿Existe capacidad de dirigir la cooperativa por parte de los directivos? ¿Se alcanzan las metas establecidas en la cooperativa? ¿Existe innovación continua en los servicios de la cooperativa? ¿Existe un control en la gestión del tiempo del servicio de la cooperativa? ¿Con qué frecuencia se analiza el rendimiento de la cooperativa? ¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente? ¿Con qué frecuencia se aplica un análisis del servicio de la cooperativa?	Cuestionario para encuesta al cliente interno y externo.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

3.4.2. Variable Dependiente: Procesos Estratégicos

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIZACIÓN	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS/ INSTRUMENTOS
Las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los procesos estratégicos que entrega a los clientes internos o contratan. Por lo cual es esencial poseer un proceso estratégico idóneo a la cooperativa que proporcione solución de problemas y satisfaga necesidades.	Calidad servicio Proceso estratégico Solución de problemas Satisfacción de necesidades	Eficiencia en la atención Compromiso organizacional Involucramiento en el trabajo Efectividad en de solución problemas Decisiones oportunas Expectativas del cliente	¿Considera usted que la eficiencia en la atención al cliente es adecuada? ¿El compromiso organizacional de la cooperativa y el personal es adecuado? ¿El involucramiento en el trabajo del personal es eficiente? ¿Existe efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente por parte de la cooperativa? ¿La cooperativa toma decisiones oportunas con respecto a la solución de problemas y asesoría al cliente?	Cuestionario para clientes internos y externos.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

3.5. Plan de recolección de información

Para la ejecución de la presente investigación se utilizó la recolección de información, en la cual se empleará las siguientes técnicas e instrumentos:

Tabla 2: Recolección de información

Tipo de Información	Técnica de Información	Instrumentos de Recolección
1 Secundaria	<p>1.1.Lectura Científica</p> <p>1.2.Internet</p>	<p>Libros de: Coaching Gerencial, Administración de Empresas, Calidad en el servicio, Estrategia empresarial, Competitividad empresarial, Ventaja Competitiva, Procesos Estratégicos, Plan de Estrategias, etc.</p> <p>http://revista-digital.verdadera-seducion.com/liderazgo-empresarial/</p> <p>http://www.articuloz.com/coaching-empresarial-articulos/coaching-gerencial-962462.html</p> <p>http://www.pro-innovacion.com/pro/coaching/ejecutivo-gerencial/Sumario%20Ejecutivo.pdf</p>
2 Primaria	<p>2.1.Observación</p> <p>2.2 Encuesta</p>	<p>Cámara</p> <p>Cuestionario, con preguntas estructuradas, politónicas y dicotónicas</p>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Información primaria. Porque se obtendrá mediante el contacto directo con el objeto de estudio, es decir con el cliente interno de la cooperativa.

Información secundaria. Se recolectó de estudios realizados anteriormente, que se encuentran registrados en documentos y material impreso como: libros de Administración, Calidad, Gerencia y estrategias y Competitividad, las fuentes de información son: bibliotecas, hemerotecas, archivos, centros de documentación e internet.

3.6. Plan de procesamiento de la información

Es el proceso que permite analizar la información con el fin de obtener las respuestas a las preguntas que se formularon en los instrumentos y presentar los resultados.

Para la aplicación de este plan y su procesamiento de la información se deben seguir varios pasos que se detallan a continuación:

- Depuración de datos, es decir seleccionar la información que se considera válida y la información defectuosa.
- Elaboración de cuadros de las respuestas obtenidas por cada una de las preguntas de la encuesta.
- Codificación, consiste en asignar número co-relativo a cada una de las categorías que comprende el cuestionario, se trata de cada respuesta del cuestionario de los cuadros de observación, sean representadas por indicaciones numéricas que facilitan la tabulación.
- Tabulación de datos en donde se aplicará las herramientas estadísticas, se ingresará los datos al computador para el procesamiento respectivo.
- Toda la información y datos a utilizarse serán procesados mediante la ayuda de programas de computación como: SPSS, Word y Excel.
- Graficar en donde se elabora de forma demostrativa los cuadros obtenidos.
- Consideración de respuestas de mayor significación.

CAPITULO IV

4. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

En el presente trabajo de investigación se utilizó como técnica la encuesta y su instrumento el cuestionario, al cliente interno y externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza de la ciudad de Puyo, el cuestionario consta de 10 y 8 preguntas de carácter nominal politónica, a 146 clientes externos y 19 clientes internos; y se ha procedido a la tabulación de los resultados, utilizando el programa SPSS, Word y Excel y con ello se ha obtenido la siguiente información cuantitativa.

4.2. Interpretación de datos

A continuación se muestran cuadros y gráficos estadísticos que sirvieron para la interpretación cualitativa de sus resultados. Para la presentación se elaboraron tablas de contingencia con las frecuencias observadas y sus respectivos porcentajes, gráficos en estilo de barras, se aplicaron el Chi – Cuadrado con una variable y la prueba de bondad, llamada así en la Estadística no paramétrica.

TABULACION DE DATOS

Tabulaciones Clientes Internos

Tabla 3: ¿Existe auto eficiencia en la cooperativa?

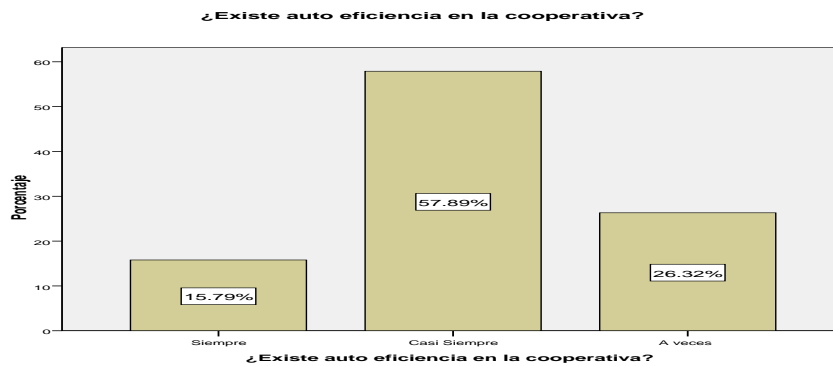
¿Existe auto eficiencia en la cooperativa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	3	15,8	15,8	15,8
Casi Siempre	11	57,9	57,9	73,7
A veces	5	26,3	26,3	100,0
Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 1. ¿Existe auto eficiencia en la cooperativa?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes internos, el 57,89% manifiestan que casi siempre existe auto eficiencia en la cooperativa, el 26,32% contesta que a veces y el 15,79% que siempre; lo cual indica que el personal de la empresa impulsa su mejor desarrollo tanto individual como colectivo para ofrecer un mejor servicio al cliente de la cooperativa y establecer mejores procesos organizacionales.

Tabla 4. ¿La cooperativa proporciona bienestar personal?

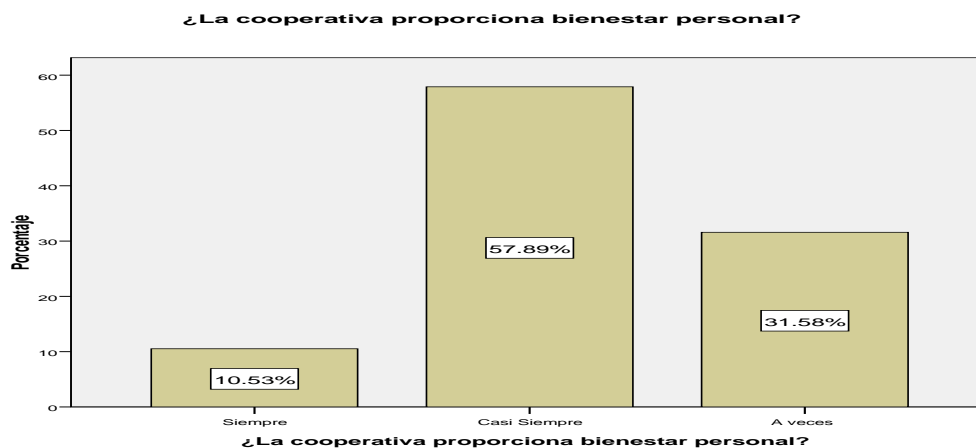
¿La cooperativa proporciona bienestar personal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	2	10,5	10,5	10,5
Casi Siempre	11	57,9	57,9	68,4
A veces	6	31,6	31,6	100,0
Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 2 ¿La cooperativa proporciona bienestar personal?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes internos, el 57,89% manifiesta que la cooperativa casi siempre proporciona bienestar personal a los clientes internos, el 31,58% indica que a veces y el 10,53% es siempre.

Lo que demuestra que la cooperativa si proporciona el bienestar personal ya que se preocupan por un buen desarrollo tanto en actividades internas y externas.

Tabla. 5 ¿Existe capacidad de liderazgo por parte del personal y directivos?

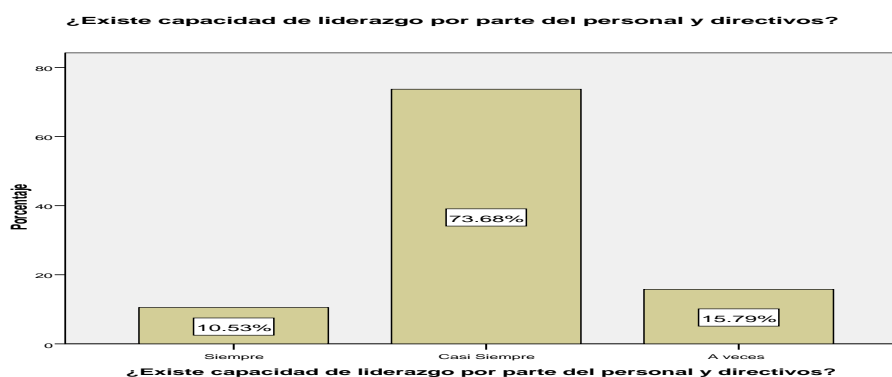
¿Existe capacidad de liderazgo por parte del personal y directivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	2	10,5	10,5	10,5
Casi Siempre	14	73,7	73,7	84,2
A veces	3	15,8	15,8	100,0
Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 3 ¿Existe capacidad de liderazgo por parte del personal y directivos?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes internos, el 73,68% manifiestan que casi siempre existe la capacidad de liderazgo en la cooperativa, el 15,79% que a veces y el otro 10,53% que siempre. Esto indica que la cooperativa si tiene indicios de mantener un liderazgo no tan habituales, los cuales mantienen un control de su trabajo y de cómo proporcionar seguridad y auto trabajo de la cooperativa.

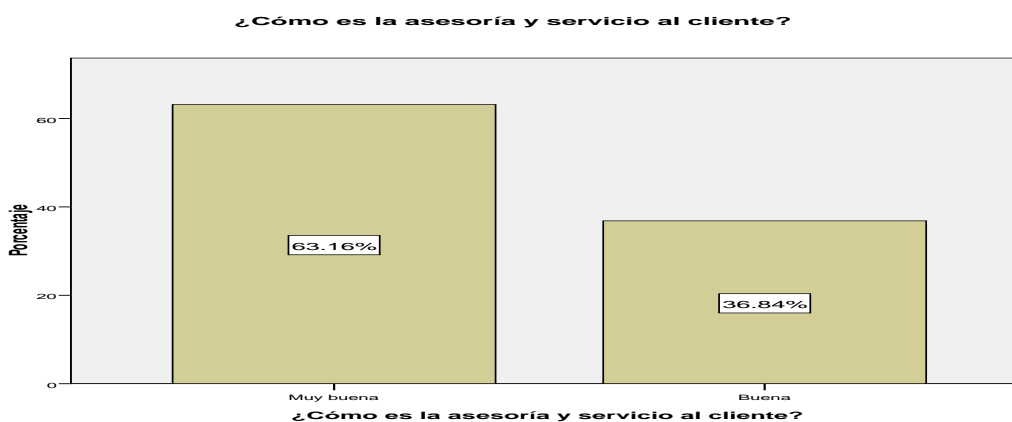
**Tabla 6 ¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente?
¿Cómo es la asesoría y servicio al cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy buena	12	63,2	63,2	63,2
	Buena	7	36,8	36,8	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 4 ¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes internos, el 63,16% manifiestan que es muy buena la asesoría y servicio al cliente y el 36,84% que es buena.

Lo cual indica que la cooperativa tiene un nivel casi excelente en la mayoría de su servicio al cliente y de igual manera en la asesoría que se les oferta; por lo cual es un indicador que beneficia a la cooperativa.

Tabla 7 ¿Existe capacidad de dirigir la cooperativa por parte de los directivos?

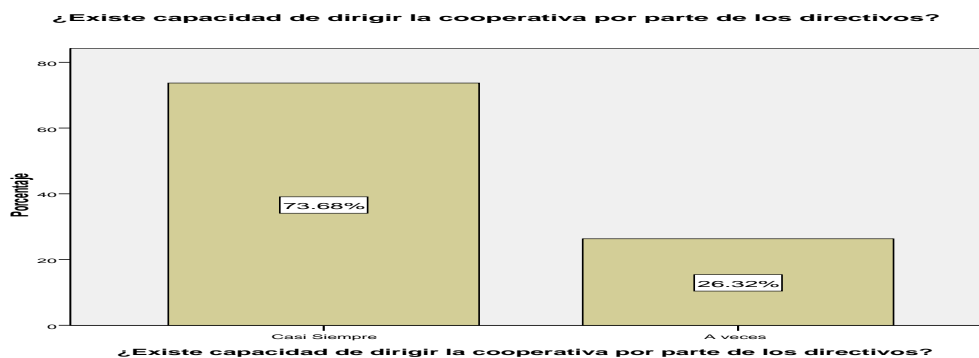
¿Existe capacidad de dirigir la cooperativa por parte de los directivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Siempre	14	73,7	73,7	73,7
	A veces	5	26,3	26,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 5 ¿Existe capacidad de dirigir la cooperativa por parte de los directivos?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes internos, el 73,68% manifiesta que en la cooperativa casi siempre existe la capacidad de dirigir por parte de los directivos, y el 26,32% que a veces existe capacidad de dirigir. Lo que demuestra que la cooperativa y los dirigentes con no tanta frecuencia se preocupan por dirigir y poner en marcha su poder de liderazgo.

Tabla 8. ¿Se alcanzan las metas establecidas en la cooperativa?

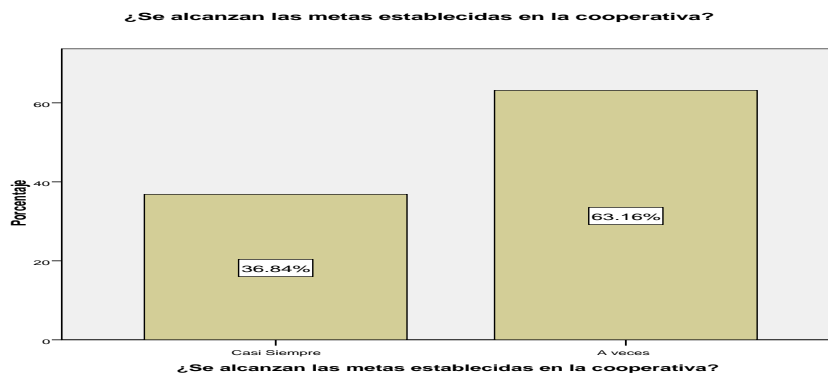
¿Se alcanzan las metas establecidas en la cooperativa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Casi Siempre	7	36,8	36,8	36,8
A veces	12	63,2	63,2	100,0
Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 6 ¿Se alcanzan las metas establecidas en la cooperativa?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes internos, el 63,16% manifiesta que a veces alcanzan las metas establecidas en la cooperativa, y el 36,81% que casi siempre.

Lo que demuestra que la cooperativa tiene problemas en cumplir con las metas que se establecen, por lo cual se puede concluir que existen problemas en una organización de asignación de tareas y actividades, como también en el compromiso del personal para poder cumplir con los objetivos y metas.

Tabla 9. ¿Existe un control en la gestión del tiempo del servicio de la cooperativa?

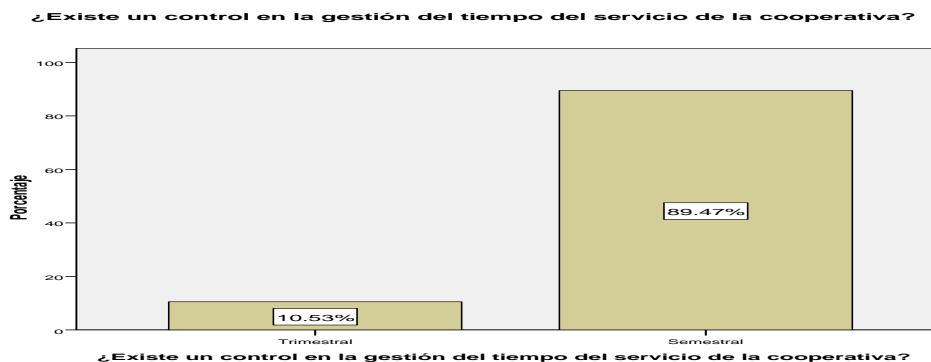
¿Existe un control en la gestión del tiempo del servicio de la cooperativa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Trimestral	2	10,5	10,5	10,5
	Semestral	17	89,5	89,5	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 7 ¿Existe un control en la gestión del tiempo del servicio de la cooperativa?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 59,47% manifiesta que existe un control en la gestión del tiempo del servicio de la cooperativa y el 10,53% que se lo realiza trimestralmente.

Lo que demuestra que la cooperativa no tiene un control tan frecuente de la gestión del tiempo. Esto debería cambiarse para mantener un servicio de calidad ya que el control debería ser más frecuente.

Tabla 10. ¿Existe innovación continua en los servicios de la cooperativa?

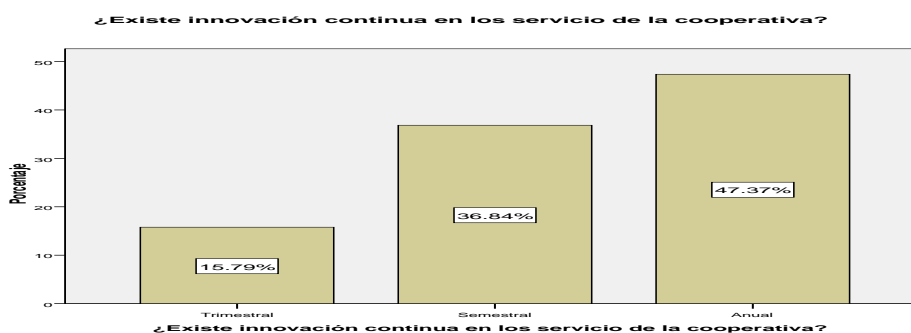
¿Existe innovación continua en los servicios de la cooperativa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Trimestral	3	15,8	15,8	15,8
	Semestral	7	36,8	36,8	52,6
	Anual	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 8 ¿Existe innovación continua en los servicios de la cooperativa?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes internos, el 47,37% manifiesta que anualmente existe innovación en los servicios de la cooperativa, el 38,54% que semestralmente y el 15,79% que trimestralmente.

Por lo tanto entendemos que la cooperativa y el personal solo aplican anualmente la innovación que se considera que normalmente una empresa si lo debe realizar en ese tiempo por cuestiones de tecnología, cambios de servicios, nuevos clientes, etc.

Tabla 11. ¿Con que frecuencia se analiza el rendimiento de la cooperativa?

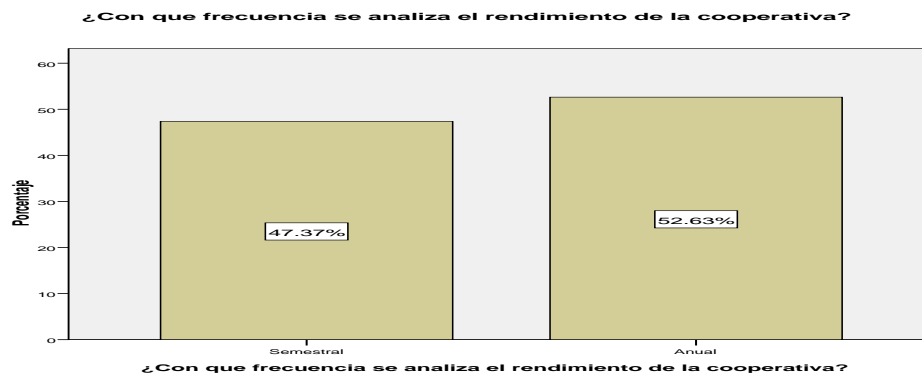
¿Con que frecuencia se analiza el rendimiento de la cooperativa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Semestral	9	47,4	47,4
	Anual	10	52,6	100,0
	Total	19	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 9 ¿Con que frecuencia se analiza el rendimiento de la cooperativa?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes internos, el 52,63% manifiesta que la cooperativa realiza anualmente el análisis del rendimiento de la cooperativa, y el 47,37% lo realiza semestralmente. Por lo cual se entiende que la cooperativa si está pendiente de los procesos estratégicos y de qué manera está trabajando el personal para el cumplimiento de metas y objetivos.

Tabla 12. ¿Con qué frecuencia se aplica un análisis del servicio de la cooperativa?

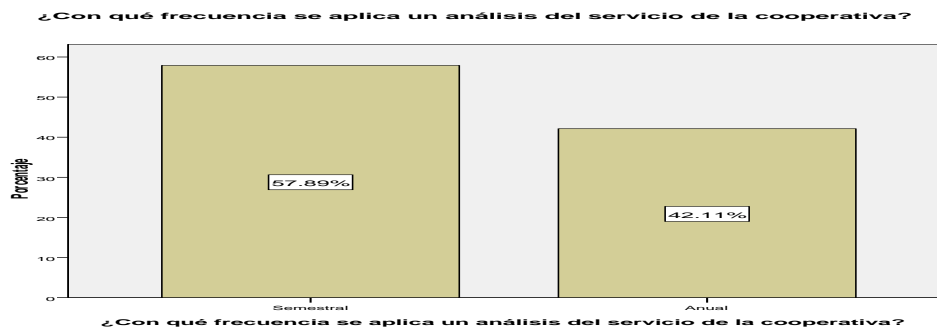
¿Con qué frecuencia se aplica un análisis del servicio de la cooperativa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Semestral	11	57,9	57,9
	Anual	8	42,1	100,0
	Total	19	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 10 ¿Con qué frecuencia se aplica un análisis del servicio de la cooperativa?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes internos, el 57,89% manifiestan que la cooperativa aplica semestralmente un análisis del servicio de la cooperativa y el 42,11% contesta que lo realiza anualmente.

Esto significa que la cooperativa si se preocupa por la calidad del servicio que ofrecen y el rendimiento del personal, lo cual se debe realizar siempre semestralmente como apoyo en la toma de decisiones y en la innovación de la cooperativa.

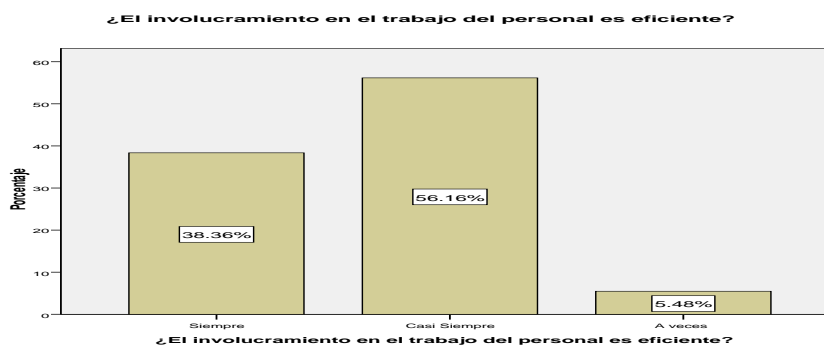
TABULACIONES CLIENTES EXTERNOS

Tabla 13. ¿El involucramiento en el trabajo del personal es eficiente?
¿El involucramiento en el trabajo del personal es eficiente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	56	38,4	38,4	38,4
	Casi Siempre	82	56,2	56,2	94,5
	A veces	8	5,5	5,5	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 11 ¿El involucramiento en el trabajo del personal es eficiente?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes externos, el 56,16% manifiesta que casi siempre el involucramiento en el trabajo del personal es eficiente, el 38,36% manifiesta que siempre hay eficiencia, y el 5,48% indica que a veces.

Lo que demuestra que los clientes no siempre reciben un trabajo con eficiencia lo cual puede perjudicar a la cooperativa en el decremento de la cartera de clientes y en su imagen.

Tabla 14. ¿Considera usted que la eficiencia en la atención al cliente es adecuada?

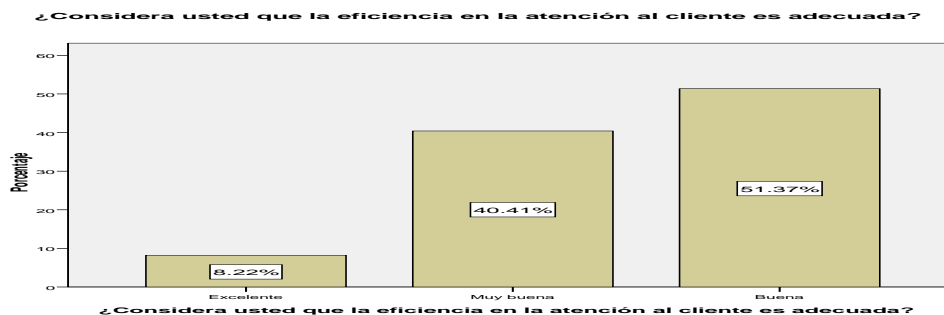
¿Considera usted que la eficiencia en la atención al cliente es adecuada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Excelente	12	8,2	8,2	8,2
Muy buena	59	40,4	40,4	48,6
Buena	75	51,4	51,4	100,0
Total	146	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 12 ¿Cómo considera usted que es la eficiencia en la atención al cliente?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes externos, el 51,37% indica que es buena la atención al cliente, el 40,41% que es muy buena y el 8,32% que es excelente.

Lo que demuestra que los clientes se encuentran no muy convencidos con la eficiencia en la atención al cliente que les proporciona la cooperativa; por lo cual se debe establecer estrategias con respecto a la atención al cliente.

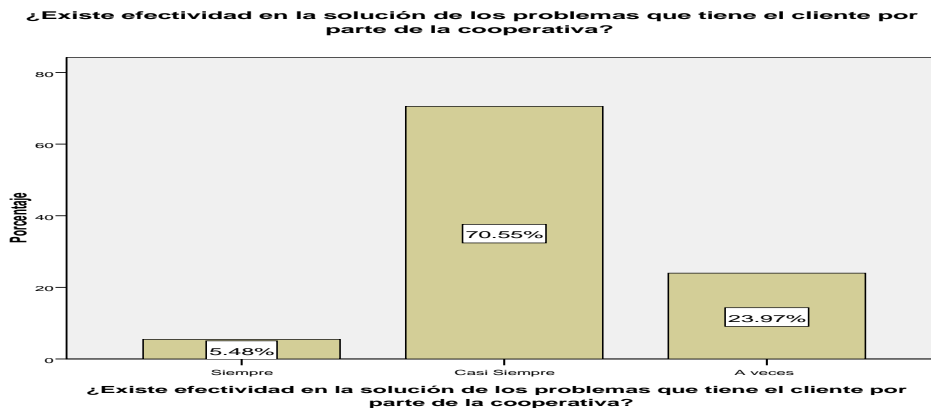
Tabla 15 ¿Existe efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente por parte de la cooperativa?

¿Existe efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente por parte de la cooperativa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	8	5,5	5,5	5,5
	Casi Siempre	103	70,5	70,5	76,0
	A veces	35	24,0	24,0	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 13 ¿Existe efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente por parte de la cooperativa?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes externos, el 70,55% indica que casi siempre la cooperativa les proporciona efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente, el 23,97% indican que a veces y el 5,48% que siempre.

Lo cual indica que los clientes sienten que la cooperativa casi siempre les proporciona efectividad en la solución de sus problemas lo cual debería ser lo contrario ya que muy pocos sienten que son efectivas las soluciones.

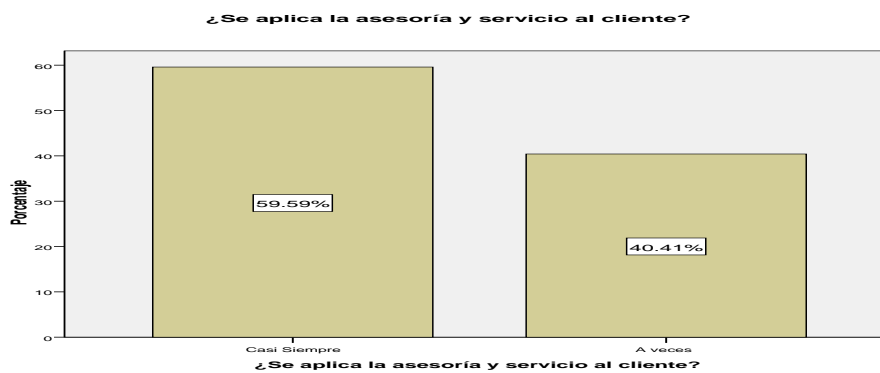
Tabla 16 ¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente?

¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Siempre	87	59,6	59,6	59,6
	A veces	59	40,4	40,4	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 14 ¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes externos, el 59,59% indican que casi siempre se aplica la asesoría y servicio al cliente, y el 40,41% indican que a veces.

Por lo tanto los clientes indican que la cooperativa no tiene un gran interés en aplicar asesoría y servicio al cliente ya que casi siempre o a veces lo aplica; este es un factor que perjudica a la cooperativa y en los procesos estratégicos.

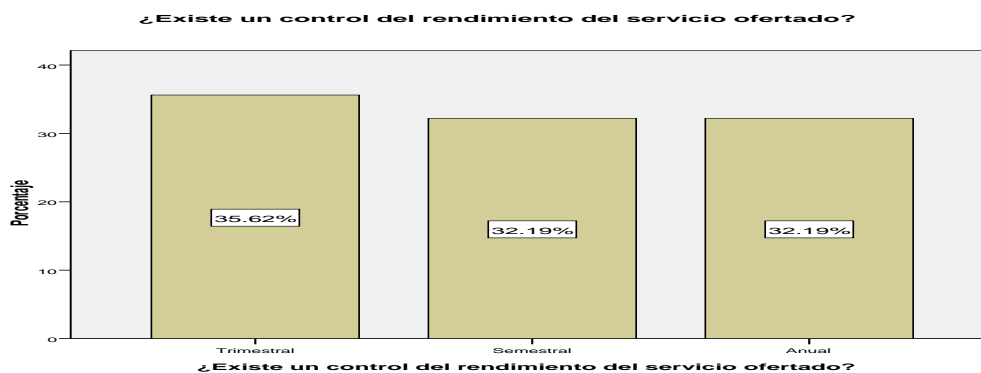
Tabla 17 ¿Existe un control del rendimiento del servicio ofertado?

¿Existe un control del rendimiento del servicio ofertado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Trimestral	52	35,6	35,6	35,6
	Semestral	47	32,2	32,2	67,8
	Anual	47	32,2	32,2	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 15 ¿Existe un control del rendimiento del servicio ofertado?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes externos, el 35,62% indica que trimestralmente hay control del rendimiento del servicio, el 32,18% que semestralmente, y 32,19% manifiestan que anualmente.

Lo que demuestra que con los clientes no se realiza un análisis frecuente, lo cual indica que no hay una organización para el control correspondiente y que por ende los clientes no se sienten satisfechos.

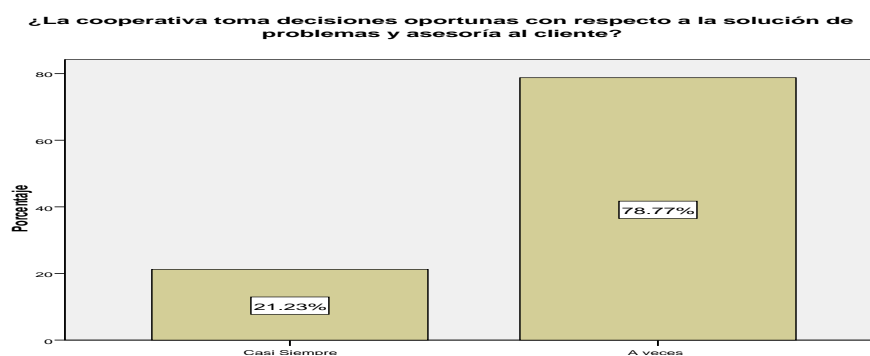
Tabla 18 ¿La cooperativa toma decisiones oportunas con respecto a la solución de problemas y asesoría al cliente?

¿La cooperativa toma decisiones oportunas con respecto a la solución de problemas y asesoría al cliente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Casi Siempre	31	21,2	21,2	21,2
A veces	115	78,8	78,8	100,0
Total	146	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 16 ¿La cooperativa toma decisiones oportunas con respecto a la solución de problemas y asesoría al cliente?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes externos, el 78,77% indica que a veces la cooperativa toma decisiones oportunas con respecto a la solución de problemas y asesoría al cliente, y el 21,23% manifiestan que casi siempre.

Esto indica que los clientes no tienen un apoyo incondicional de parte del personal de la cooperativa ya que a veces suelen darles decisiones y soluciones oportunas y la mayoría de veces no; esto perjudica en la gestión del coaching y en los procesos estratégicos que no están bien establecidos.

Tabla 19 ¿El compromiso organizacional de la cooperativa y el personal es adecuado?

¿El compromiso organizacional de la cooperativa y el personal es adecuado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Adecuado	55	37,7	37,7	37,7
	Poco Adecuado	82	56,2	56,2	93,8
	Inadecuado	9	6,2	6,2	100,0
Total		146	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 17 ¿El compromiso organizacional de la cooperativa y el personal es adecuado?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes externos, el 56,16% indica que el compromiso de la cooperativa y el personal es poco adecuado, el 37,67% que es adecuado, y el otro 6,16% que es inadecuado.

La cooperativa tiene una mala aplicación de los procesos estratégicos y el servicio al cliente por ende no se tiene una organización, ni compromiso con el personal de la cooperativa.

Tabla 20 ¿Cómo es la asesoría y servicio al cliente?

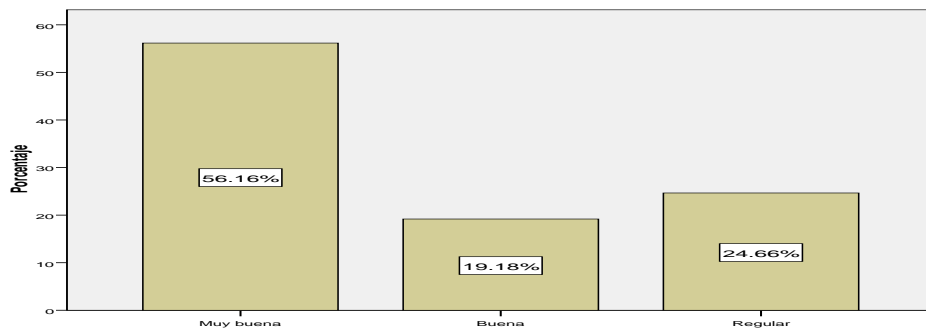
¿Cómo es la asesoría y servicio al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy buena	82	56,2	56,2	56,2
	Buena	28	19,2	19,2	75,3
	Regular	36	24,7	24,7	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Gráfico 18 ¿Cómo es la asesoría y servicio al cliente?

¿Cómo es la asesoría y servicio al cliente?



Fuente: Encuesta Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados de los clientes externos, el 56,16% indican que la asesoría y el servicio al clientes es muy buena, el 24,66% que es regular, y el otro 19,18% que es buena. La cooperativa tiene una asesoría y servicio muy bueno, y a la vez el personal tiene un control en esto.

4.3. Verificación de la hipótesis

Las hipótesis se verifican y se acepta o se rechaza. Para verificar las hipótesis se debe realizar experimentos u observar sistemáticamente, con ejemplos y contraejemplos de los fenómenos o hechos estudiados a objetos, sujetos o situaciones. Para la solución del problema planteado y de conformidad con la hipótesis estadística estipulada, es necesario realizar su verificación mediante la aplicación con la prueba del chi cuadrado, la misma que en esta investigación se ha aplicado la Prueba no paramétrica con una variable, llamada Prueba de bondad de ajuste.

“Prueba de Bondad de Ajuste”, tiene por objetivo determinar si los datos se ajustan a una determinada distribución, esta distribución puede estar completamente determinada (hipótesis simple) o perteneciente a una clase paramétrica (hipótesis compuesta).

4.3.1. Planteamiento de hipótesis

Ho: Hipótesis nula: La utilización de un Plan de Coaching Gerencial **NO** ayudará a mejorar los Procesos Estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza, de la ciudad de Puyo.

Ha: Hipótesis alternativa: La utilización de un Plan de Coaching Gerencial **SI** ayudará a mejorar los Procesos Estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza, de la ciudad de Puyo.

4.3.2. Nivel de significancia

El nivel de significación escogido para la investigación es del 5%.

4.3.3. Elección de la prueba estadística

Para realizar la comprobación de la hipótesis, debemos tomar en consideración el tipo de método estadístico, de acuerdo al tipo de datos que tenemos, el número y tamaño de la muestra; así, si tenemos dos o más, debemos comprobar si estas son apareadas o independientes; en esta investigación contamos con una muestra pequeña por lo cual aplicaremos el método estadístico no paramétrico, chi-cuadrado, con una variable, Prueba de Bondad de ajuste; mediante la tabla de contingencia.

Por lo tanto tomamos una pregunta cuya variable es cualitativa.

FORMULA DEL CHI – CUADRADO

$$X^2 = \frac{\sum (fo - fe)^2}{Fe}$$

Simbología en donde:

X^2 = Chi cuadrado

Σ = Sumatoria

f_o = Frecuencia observada

f_e = Frecuencia esperada

4.3.4. Tabla de las frecuencias observadas y esperadas

Pregunta N° 3

¿Existe efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente por parte de la cooperativa?

Tabla 21 Frecuencias observadas (fo) y esperadas (fe)

¿Existe efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente por parte de la cooperativa?

	N observado	N esperado	Residual
Siempre	8	48,7	-40,7
Casi Siempre	103	48,7	54,3
A veces	35	48,7	-13,7
Total	146		

Fuente: Propia

Elaborado por: Fernando Vélez (2013).

4.3.5. Calculo de los grados de libertad

El grado de libertad es igual a la multiplicación del número de las filas menos 1 por el número de las columnas menos 1.

En este punto también es importante definir los grados de libertad los mismos que se utilizarán para encontrar el valor del X^2 en la tabla de valores percentiles a la distribución Chi – cuadrado, con V grados de libertad, mediante la fórmula.

$$gl = (c - 1) * (h - 1)$$

En donde:

gl = Grados de libertad

c = Número de columnas

h = Número de filas o renglones

Aplicación de la fórmula:

$$gl = (C - 1) * (h - 1)$$

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

$$gl = 1$$

$$X^2_t = \frac{\alpha=0,05}{gl=4} = 2$$

Se establece que la probabilidad de cometer un error tipo 1 será igual al 5% es decir $\alpha = 0,05$.

4.3.6. Cálculo estadístico

Tabla 22 Estadístico Chi-cuadrado

Estadísticos de contraste

¿Existe efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente por parte de la cooperativa?	
Chi-cuadrado(a)	98,479
Gl	2
Sig. asintót.	,000

Fuente: Propia

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

A 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 48,7.

4.3.7. Justificación y decisión Final

La tabla 22 nos ofrece la información necesaria para tomar una decisión sobre la hipótesis de bondad de ajuste: el valor estadístico chi-cuadrado es de 98,479; sus grados de libertad es de 2 y su nivel crítico (Sig=,000). Puesto que el nivel crítico es menor que 98,479 podemos aceptar la hipótesis de bondad de ajuste y concluir que la variable en la que existe efectividad en las soluciones a los problemas de los clientes si se ajusta a una distribución uniforme, por lo tanto se llega a la conclusión que el desconocimiento del coaching gerencial si incide en los procesos estratégicos que se ofrece en la cooperativa.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Se concluye que la cooperativa si impulsa el bienestar personal de los empleados pero no con la frecuencia esperada y a la vez de la auto eficiencia del personal ; lo cual debería ser cambiada ya que perjudica en las relaciones que existe con el gerente y presidente y lo más importante con los clientes.
- La capacidad de liderazgo en la cooperativa no predomina mucho en la iniciativa de esto, y a la vez esto influye en la asesoría y servicio al cliente que es considerado como muy bueno y no tiene la calificación alta; además que dentro de los procesos estratégicos no incluye lo que es el liderazgo.
- Se determina que la capacidad de dirigir de los directivos se lo realiza a veces, lo cual afecta de gran manera en el cumplimiento de las metas de la cooperativa y por ende no tiene un control y dirigencia la cooperativa para que los demás del personal tengan un incentivo y ejemplo a la vez.
- Los análisis que se deberían llevar a cabo dentro de la organización, tanto en rendimiento, innovación y servicio no es muy frecuente lo cual no ayuda en la toma de

decisiones y en el conocimiento de la situación actual de la cooperativa, esto provocado por la falta de interés y dirigencia de los directivos de la cooperativa.

- Finalmente se concluye que la organización necesita de un mayor control y liderazgo de los directivos y el personal que trabaja en la cooperativa, por ende se precisa que la cooperativa requiere un plan de coaching gerencial.

5.2. Recomendaciones

Al haber realizado ya las conclusiones de los resultados de las tablas y gráficos de las frecuencias.

- Se recomienda que la cooperativa y los directivos realicen un análisis completo de políticas y estrategias enfocadas en el desarrollo del personal para que de esta forma se mejore las relaciones internas y externas.
- La cooperativa debería tener un mayor control en el servicio y asesoría que se oferta al cliente y promover el liderazgo por medio de charlas, apertura de ideas e innovación.
- Se invita a que la cooperativa y los directivos tomen riendas en el asunto de preocuparse más sobre el bienestar de toda la organización, por medio de tener una eficiente dirigencia para poder cumplir las metas de la cooperativa como también establecerlas de manera adecuada.
- Se recomienda que los dirigentes y personal realicen un diagnóstico de la situación actual de la empresa y que también se lo realice con mayor frecuencia para tener información actualizada y participación continua del personal.
- Finalmente se recomienda que la cooperativa aplique un plan de coaching gerencial para mejorar los procesos estratégicos, lo cual mejorara los servicios que oferta la cooperativa; para que esto ayude a mejorar las relaciones tanto clientes internos con dirigentes y cooperativa con clientes externos, para que de este modo se motive el liderazgo, compromiso y la eficiencia.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS

6.2. Título

Plan de Coaching Gerencial para mejorar los Procesos Estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

6.3. Institución Ejecutora

Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza

6.3.1. Beneficiarios

- Directivos
- Clientes internos
- Clientes externos

6.3.2. Ubicación

Provincia de Pastaza, ciudad Puyo, Av. Atahualpa y Dávila.

6.3.3. Tiempo estimado de ejecución

El tiempo estimado para la ejecución de esta propuesta es desde Enero a Abril del 2013.

6.3.4. Equipo Técnico responsable

- Gerente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza
- Egresado Fernando Vélez

6.3.5. Costo

El costo estimado de la propuesta es de \$ 2050,00

6.4. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Actualmente uno de los mayores desafíos que tienen que enfrentar las empresas privadas es como posicionarse; Si bien el coach es una pieza importante en esta gestión, la figura principal es siempre el empresario que decide involucrarse en un proceso de coaching. Debe estar dispuesto a aprender, entendiendo al aprendizaje no como una acumulación de conocimientos sino como su incorporación y su aplicación posterior en acciones diferentes y recurrentes. El coach lo guiará, a través de conversaciones y en un plazo corto, por el camino correcto. Usando el coaching como herramienta, introducimos todas las competencias genéricas necesarias para que una empresa del siglo XXI logre sus objetivos.

Ante esta realidad es necesario que las empresas diseñen o implanten estrategias.

6.5. JUSTIFICACIÓN

En los últimos años, el coaching ha experimentado un importante crecimiento como herramienta a tener en cuenta por los empresarios y profesionales para conseguir mejorando los resultados de sus negocios y hacer más eficiente la dirección de sus equipos. Hoy en día son muchas las pequeñas y medianas empresas que se animan a contar con un profesional especializado en entrenar a directivos y empresarios con el objetivo de orientar su actividad de negocio o buscar una formación específica que pueda resultar positiva para obtener mejores resultados ya sean financieros, comerciales, organizativos o relacionados con la propia estructura empresarial. Por otro lado, la existencia de un mercado laboral cada vez más competitivo, junto con la creciente tendencia a apostar por una mejor calidad de vida laboral, ha llevado a que sean muchos los profesionales y emprendedores que decidan redirigir su trayectoria profesional hacia el coaching y enfocar su trabajo a encontrar la mejor solución a los problemas que surgen en el día a día de los empresarios.

Un coaching debe reunir una serie de características fundamentales: capacidad de esfuerzo para lograr los objetivos planteados, capacidad analítica que le haga saber qué soluciones necesita cada empresa para mejorar resultados; saber comunicar, para conseguir hacer partícipe a su cliente de lo que falla en su empresa y cómo ésta puede mejorar; colaborador, reflexivo, persistente en conseguir los mejores resultados posibles, empático y como no, entusiasta y altamente implicado en su trabajo. Todas ellas con el fin último de conseguir la confianza de sus clientes y participar activamente en sus negocios, encontrando la solución adecuada para cada caso y sintiéndose durante ese tiempo como uno más de la empresa.

El coaching se consolida así, cada vez más, como una buena opción profesional para todos los emprendedores y emprendedoras que quieran encaminar su vida laboral a colaborar y ayudar a otros empresarios. La Cooperativa desea entrenar y formar a la empresa así como una buena oportunidad de futuro para triunfar en el ámbito laboral y conseguir llevar esa satisfacción profesional también al ámbito personal.

6.6. OBJETIVOS

6.6.1. Objetivo General

Plantear un Plan de Coaching Gerencial para mejorar los Procesos Estratégicos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.

6.6.2. Objetivos específicos

- Conocer la situación actual de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza.
- Determinar las estrategias para implementar el coaching gerencial en la cooperativa.
- Plantear un programa de motivación y liderazgo para que el cliente interno se comprometa con la cooperativa.

6.7. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

El Plan de Coaching Gerencial propuesto para la solución del problema en estudio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza, es factible de realizar, ya que se cuenta con los medios e instrumentos necesarios para llevarlo a cabo, se tiene acceso a la fuente de información, acceso al conocimiento profesional que mejore los procesos estratégicos de la cooperativa, así como también existe el apoyo tanto de directivos como empleados.

6.7.1. Socio- Cultural

El Plan de Coaching Gerencial creara una responsabilidad gerencial y a la vez ayudará a mejorar las relaciones que existe en la cooperativa como también con los clientes y así cumplir a la vez sus expectativas.

6.7.2. Tecnológica

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza posee los instrumentos necesarios tanto manuales como tecnológicos que facilitarán el desarrollo del plan de gestión gerencial.

6.7.3. Organizacional

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza posee una estructura organizacional adecuada a sus actividades cotidianas, con profesionales capacitados y sus funciones y responsabilidades distribuidas apropiadamente.

6.7.4. Ambiental

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza es una empresa que apoya al cuidado del medio ambiente respetando las leyes gubernamentales en protección del medio ambiente.

6.7.5. Económico – Financiero

El gerente y presidente de la cooperativa apoyan a la ejecución de la propuesta ya que proporcionan apoyo económico para el cumplimiento del presupuesto a establecerse.

6.7.6. Político – Legal

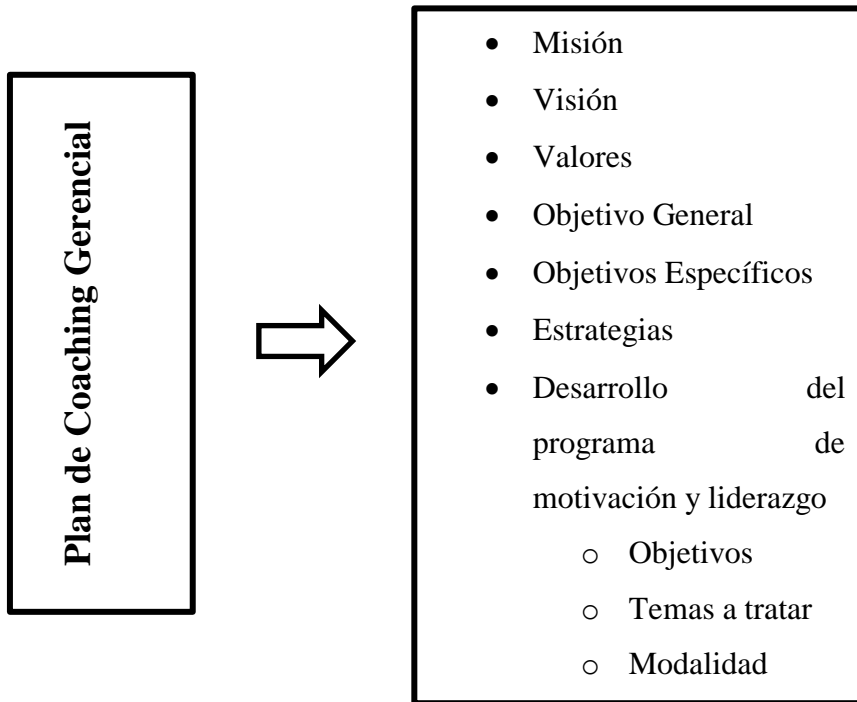
La Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza cumple con todas las normativas establecidas para su funcionamiento, y a la vez tiene políticas empresariales correctamente estructuradas para que exista un orden de parte del personal.

6.7.7. Viable

Esta propuesta es viable ya que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza requiere conocer sobre el coaching gerencial y a la vez mejorar los procesos estratégicos.

6.8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TECNICA

Gráfico 19 Plan Coaching Gerencial



Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Objetivo

Son la base que afianzara la dirección estratégica de una empresa y , por tanto, expresarlo de forma ambigua o poco clara nunca facilitará solidez; el objetivo trata de solucionar un problema de la empresa o sacar rendimiento de una oportunidad de mercado, estos están sustentados bajo hipótesis de partida o escenarios que quizás hayan contemplado el análisis de la situación. (Vicuña, 2007, pág. 143)

Por otro lado (López, 2010), indica que el objetivo no es más que la expresión de un deseo mediante acciones concretas para conseguirlo”. Por ello un objetivo sirve para: formular y concretar objetivamente resultados, planificar acciones, orientar procesos y medir resultados.

Objetivos Específicos

Según (Rojas, 2012), los objetivos específicos de un proyecto facilitan el cumplimiento del objetivo general, mediante la determinación de estudios, o la precisión y cumplimiento de los aspectos necesarios del proceso. De acuerdo al tiempo requerido para su logro, los objetivos pueden ser a corto, mediano y largo plazo.

Para (Humanos, 2010) objetivos concretos y realizables a corto plazo que contribuyen al logro de los objetivos generales. Pueden ser a corto y a medio plazo.

Estrategias

La estrategia es el objetivo de la actividad que realiza la dirección de la empresa, que debe perseguir que su organización funcione de manera eficiente, y la mejor manera de que esto ocurra es que no existan conflictos en la misma.

Para (Andrews, (2003)), la estrategia es el patrón de objetivos, propósitos o metas y de las principales políticas y planes para alcanzarlos, planteados de tal manera que definen en qué negocio está o va a estar la compañía y la clase de compañía que es o que va a ser.

Por otro lado indica (Ohmae, 2005) la estrategia empresarial, en una palabra, es ventaja competitiva. El único propósito de la planificación estratégica es permitir que la empresa obtenga, tan eficientemente como sea posible, una ventaja sostenible sobre sus competidores. La estrategia corporativa supone, así, un intento de alterar las fortalezas relativas de la compañía para distanciarse de sus competidores de la manera más eficiente.

Motivación

Según (Galeón, 2010), la motivación son los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. Este término está relacionado con el de voluntad y el del interés. Las distintas escuelas de psicología tienen diversas teorías sobre cómo se origina la motivación y su efecto en la conducta observable. La motivación, en pocas palabras, es la Voluntad para hacer un esfuerzo, por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal.

Por otro lado (García, 2010), la motivación refleja el deseo de una persona de llenar ciertas necesidades. Puesto que la naturaleza y fuerza de las necesidades específicas es una cuestión muy epidural, es obvio que no vamos a encontrar ninguna guía ni métodos universales para motivar a la gente.

La motivación es un elemento psicológico indispensable para emprender cualquier proyecto, trabajo o para llevar a cabo actividades con eficiencia.

La motivación no siempre responde al deseo puro de hacer algo, aunque el deseo, sin duda, es uno de los principales motores de la motivación. La motivación puede sustentarse en la recompensa que se va a obtener o en la necesidad, tal y como puede ocurrir en un trabajo remunerado que, si bien puede tener el aliciente de ser un trabajo motivador por sí mismo, en última instancia se sitúa la necesidad, igualmente motivadora, y que consiste retribución que se obtendrá de dicho trabajo y que permitirá cubrir las necesidades básicas.

Liderazgo

Para (Bucaramanga, 2010), es aquella persona capaz de inspirar y guiar a individuos o grupos. El líder es el modelo para todo el grupo. No debe ser de ningún modo un caudillo, un cabecilla, el líder no adopta algunos valores negativos de estos, es mucho más. El líder

es sencillo, veraz, capaz de trabajar en grupo, capaz de expresar libremente sus ideas, capaz de luchar por sus principios, tiene buenas relaciones humanas, piensa con estrategia, etc.

Se designa con el término de Liderazgo al proceso de influir en las creencias, valores y acciones de los otros y apoyarlos para que trabajen con entusiasmo en el logro de los objetivos comunes del grupo al cual pertenecen.

El Liderazgo es la capacidad de poder tomar la iniciativa en alguna cuestión, gestionar, convocar, promover, motivar, incentivar y evaluar a un grupo o a un equipo, lo que formalmente sería el ejercicio de la actividad ejecutiva de un proyecto de manera eficaz y eficiente, ya sea que este corresponda al ámbito personal o bien al gerencial o institucional de una empresa u organización; manifiesta (ABC, 2009).

El liderazgo es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos.

También se entiende como la capacidad de tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar a un grupo o equipo. En la administración de empresas el liderazgo es el ejercicio de la actividad ejecutiva en un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea éste personal, gerencial o institucional (dentro del proceso administrativo de la organización).

6.9. METODOLOGÍA (MODELO OPERATIVO)

PLAN DE COACHING GERENCIAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EDUCADORES DE PASTAZA

6.9.1. Misión

Mejorar la calidad de vida de los socios incentivando el ahorro y facilitando el acceso al crédito aplicando principios de solidaridad.

6.9.2. Visión

En 2015 la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Pastaza Ltda. “CACEP” será una institución financiera líder del mercado de Economía Social y Solidaria aplicando principios de solidaridad, igualdad, democracia, subsidiaridad y buen vivir, que garantice a los socios productos y servicios de calidad, desarrollando al personal y generando una rentabilidad con responsabilidad social.

6.9.3. Valores

El comportamiento ético, responsable, leal, imparcial de los funcionarios, empleados, directivos socios de la CACEP en sus actos dentro de la institución como fuera de ella garantizarán que las actividades que se realicen sean bajo un marco de honestidad. La conducta de todos y cada uno de los miembros de la Institución, se regirá bajo los valores institucionales que se describen a continuación:

- **TRANSPARENCIA**
Mostrarnos como somos sin reservas.
- **HONESTIDAD**
Actuar con la verdad y velar por los recursos financieros de nuestros socios.
- **RESPONSABILIDAD**
Cumplir oportunamente con nuestros deberes y derechos.
- **CONFIANZA**

Expresada en la seguridad que tienen los socios al entregarnos el manejo de sus recursos económicos.

- **RESPECTO AL MEDIO AMBIENTE**

Integrados a una comunidad de vida, responsables con el cuidado de nuestra casa común el Planeta Tierra.

- **COMPROMISO**

Actuamos convencidos de que debemos dar más de lo esperado, con alto sentido de pertenencia a nuestra cooperativa.

- **SOLIDARIDAD**

Buscamos el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros socios, examinando el fortalecimiento de sus finanzas, basándonos en nuestros principios de ayuda mutua.

6.9.4. Objetivos

6.9.4.1. Objetivo General

Brindar calidad y continuidad, con los mejores planes y oportunidades del mercado. Generar vínculos de honestidad, responsabilidad y respeto.

6.9.4.2. Objetivos Específicos

Desarrollar en los participantes las competencias claves requeridas para su formación como capacitadores y consultores organizacionales, a través de la transferencia de conocimientos, experiencias, metodologías, técnicas y herramientas que desarrollen su efectividad como profesionales del campo de la capacitación y la consultoría empresarial.

- Incorporar destrezas de inteligencia emocional.
- Desarrollar recursos y habilidades para el logro de resultados.
- Disolver conflictos y estados emotivos bloqueantes.

- Observar creencias propias y del sistema que limitan la efectividad.
- Adquirir competencias conversacionales para la coordinación de acciones y una comunicación clara.
- Desarrollar destrezas de liderazgo y trabajo en equipo.
- Acompañar a profesionales y ejecutivos a través del coaching individual y empresarial.
- Aprender a rediseñar conductas que permitan expandir tu poder de acción.
- Lograr una mejor calidad de vida, con mayor efectividad y bienestar.

6.9.5. Formulación de Estrategias

- Desarrollar un programa de motivación para el personal de la cooperativa.
Con esta estrategia se pretende que los directivos y el personal estén motivados para poder adecuarse a los cambios en sus funciones laborales tomando en cuenta que los incentivos en la motivación son una fuerza propulsora que se utilizara como medio para lograr el coaching gerencial.
- Capacitar a los directivos y personal de la cooperativa.
Con esta estrategia se pretende formar integralmente a los directivos y personal de la cooperativa sobre el coaching gerencial, debido que el enfoque es hacer del individuo el mejor ser humano posible para desempeñarse en el campo laboral.
- Entrenamiento al personal de la cooperativa.
Se pretende que los directivos y el personal desarrollen y pongan en práctica mediante el ejemplo propio del coaching gerencial permitiéndoles identificarse e integrarse plenamente en el proceso de cambio a desarrollarse eficientemente en el desempeño laboral.

DESARROLLO DEL PROGRAMA DE MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO

1. Objetivo

Implementar nuevas formas de comunicación entre gerentes y empleados.

Proporcionar a los gerentes herramientas de comunicación que puedan ayudarles en el desarrollo del trabajo en equipo.

Recordar a los gerentes sobre la importancia de mantener una comunicación abierta con sus empleados.

Convertir a los gerentes en personas capaces de mantener un lenguaje efectivo con su gente.

2. Temas a tratar

- Comunicación interna y externa empresarial
- Liderazgo empresarial
- Autoestima
- Apertura de Aprendizaje
- Lenguaje Efectivo

3. Modalidad

Se realizarán dos conferencias gratuitas de cuatro horas.

4. Coordinación

Este evento será coordinado por el presidente, vicepresidente y gerente de la cooperativa.

5. Fecha

Se proponen que las conferencias se realicen entre los meses de Febrero y Marzo.

6. Dirigidos a

Directivos y empleados.

7. Lugar

Se realizará en las mismas instalaciones de la cooperativa, por la facilidad de movilización y ahorro de los participantes.

Programa

EVENTO	TEMA	LUGAR	FECHA
Conferencia	Comunicación interna y externa empresarial. Lenguaje efectivo. Liderazgo empresarial.	Cooperativa Educadores de Pastaza, sala de conferencias.	Durante Febrero y Marzo.
Conferencia	Autoestima y Apertura del Aprendizaje.	Cooperativa Educadores de Pastaza, sala de conferencias.	

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

6.9.6. Presupuesto

Descripción	Cantidad	Precio o Sueldo Unitario	Precio o Sueldo Total
Plan de Coaching gerencial	1	\$350	\$350
Suministros de oficina		\$500	\$500
Programa de motivación y liderazgo	2	600	1200
Total			\$2050,00

Fuente: Información de la Propuesta.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

El presupuesto para la aplicación de la propuesta del Plan de Coaching Gerencial desde Enero a Abril del 2013 es de \$2050,00 dólares americanos.

6.9.7. Programa de Acción

Estrategias	Objetivos	Actividades	Medios	Tiempo		Responsables	Costo
Investigar continuamente las actividades y resultados de la cooperativa	Mejorar la situación actual de la cooperativa	Analizar la situación de la cooperativa	Suministros y materiales	mié 20/02/ 13	jue 21/02/ 13	Presidente, Administración, Gerente	\$ 45,00
Fomentar el compromiso y liderazgo en la cooperativa	Determinar la aplicación del coaching gerencial en la cooperativa	Identificar si existe coaching gerencial en la empresa	Suministros y materiales	vie 22/02/ 13	vie 22/02/ 13	Administración, Gerente, Presidente	\$ 12,00
Motivar la auto eficiencia en el personal y directivos	Mejorar la iniciativa del personal y el liderazgo empresarial	Determinar si existe liderazgo	Suministros y materiales	lun 25/02/ 13	lun 25/02/ 13	Administración, Gerente	\$ 10,00
Asignar responsables para la correcta ejecución del plan	Controlar y organizar las actividades y tareas en la cooperativa	Identificar responsables del coaching gerencial	Suministros y materiales	mar 26/02/ 13	mar 26/02/ 13	Administración, Gerente, Presidente	\$ 20,00

Aplicar capacitaciones de coaching gerencial y cumplimiento con las metas y objetivos	Fomentar una mejor eficiencia de los servicios que oferta la cooperativa	Elaboración del plan de coaching gerencial	Suministros y materiales	mié 27/02/ 13	lun 04/03/ 13	Administración, Gerente	\$ 600,00
Obtener personal altamente capacitado en la cooperativa	Incrementar los conocimientos del personal en la cooperativa	Determinar el programa de capacitación	Suministros y materiales	mar 05/03/ 13	jue 07/03/ 13	Gerente, Presidente	\$ 300,00
Mejorar el cumplimiento de metas de la cooperativa	Incrementar el cumplimiento de los objetivos y metas	Establecer estrategias	Suministros y materiales	vie 08/03/ 13	lun 11/03/ 13	Administración	\$ 60,00
Control y verificación del coaching gerencial	Obtener un plan de coaching gerencial óptimo	Control de coaching	Suministros y materiales	mar 12/03/ 13	mié 13/03/ 13	Administración, Gerente, Presidente	\$ 400,00

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

6.10. EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA Y CONTROL DEL PLAN

El Plan de Coaching Gerencial será controlado y evaluado constantemente para su correcta ejecución por lo tanto se aplicará la siguiente matriz.

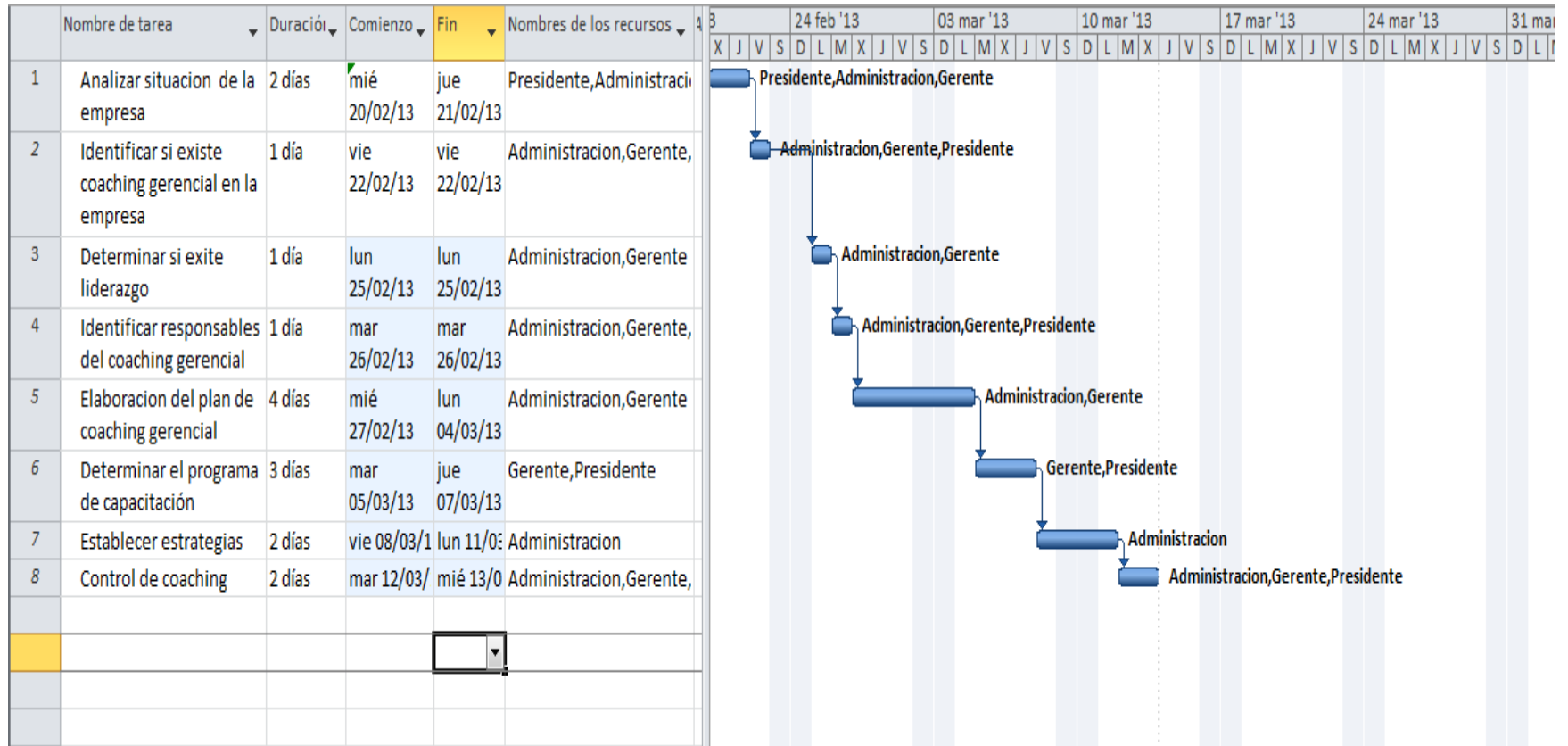
Matriz de Monitoreo y Evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Quiénes solicitan evaluar?	Gerente y Presidente
2. ¿Por qué Evaluar?	Para verificar si se está cumpliendo con la propuesta.
3. ¿Para qué Evaluar?	Para medir el grado de factibilidad que ha tenido la propuesta y el plan.
4. ¿Con qué criterios?	Teniendo en cuenta optimización de recursos, eficiencia y factibilidad.
5. Indicadores	Cuantitativos y Cualitativos.
6. ¿Qué evaluar?	Los objetivos establecidos dentro de la propuesta.
7. ¿Quién evalúa?	Gerente y Presidente
8. ¿Cuándo evaluar?	Al final de la aplicación de la técnica.
9. ¿Cómo evaluar?	Proceso metodológico.
10. ¿Con qué evaluar?	Encuesta e investigación de campo.

Fuente: Matriz de monitoreo y evaluación.

Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

6.11. Cronograma



Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

Bibliografía

- ABC, D. (2009). *Diccionario ABC*. Recuperado el 2013, de <http://www.definicionabc.com/social/liderazgo.php>
- América, U. d. (2011). *Coaching Gerencial*. Bogota.
- Andrews, K. ((2003)). *The Concept of Corporate Strategy*. Homewood.
- Barquero José Daniel, R. d. (2007). *Marketing de clientes*. España.
- Bertrán, A. (2006). *Diagnósticos de Productividad Por Multimomentos*. España.
- Bestinver. (2009). *Value Investor Insight*.
- Bucaramanga, U. A. (2010). *Liderazgo*. Colombia.
- Bueno, M. J. (2008). *El Proceso Innovador y Tecnológico: Estrategias y Apoyo Público*. España: NETBIBLO.
- Cabrera, E. (2008). *Control de Operaciones Empresariales*. Barcelona.
- Chile, U. d. (2010). *Control empresarial*. Santiago de Chile.
- Comunicación. (2009). *¿Qué es la comunicación empresarial?* Mexico.
- Coronado, M. d. (2004). “*El Diseño de un Plan de Comercialización para las ventas de la Empresa de Licores San Fernando, Cantón Pelileo*”. Guatemala .
- Couso, R. P. (2005). *Servicio al liente: La comunicación y la calidad del servicio en la Atención al cliente*. Ideas Propias.
- Crecenegocios. (2008). *Crecenegocios.com*. Recuperado el 12 de Agosto de 2012, de <http://www.crecenegocios.com/la-fuerza-de-ventas/>
- Daniel Martínez, A. M. (2008). *La elaboración del plan estrategicos y su implantación a traves del cuadro de mando integral*. España: ARTAIR.
- Delgado, J. B. (2012). “*Estrategias de la comercialización para el posicionamiento en el mercado de la Industria Textil Pequeñín CIA. LTDA. de Ambato.*”. Ambato.
- Diccionario de Marketing, d. C. (2009). *Cliente*.

- Echevarría, S. G. (2005). *Introducción a la Economía de la empresa*.
- Esteban, I. G. (2008). *Marketing de los servicios*. España: ESIC.
- Galeón. (2010). *Motivación empresa*. Recuperado el 2013, de <http://motivacionempresa.galeon.com/productos2280384.html>
- García, G. G. (2010). *Definición, características y elementos de la motivación*. Bogota.
- Gonzales, C. (2008). *Monografías*. Recuperado el Septiembre de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml>
- González, R. M. (s.f.). *Marketing de Servicios*.
- Guillen, M. d. (2003). *La Gestión Empresarial: Equilibrando Objetivos y Valores*. Madrid: Días de Santos.
- Henry. (2009). Ingresos Contables. *Magazine*, 12.
- Hernández, I. J. (25 de Noviembre de 2008). *Articulasyas*. Recuperado el 14 de Agosto de 2012, de http://www.articulosya.com/article/540/Orientacion_y_Motivacion_al_Cliente.aspx
- Hugo Chavarría, S. S. (2002). *Competitividad cadenas aglomenterias y territorios rurales*. Madrid.
- Humanos, G. I. (2010). *Proyectos*.
- Jiménez, J. (Enero de 2010). *Monografía*. Recuperado el Septiembre de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos6/prod/prod.shtml>
- Laos, E. H. (2000). *Competitividad Industrial de Mexico*. México: Plaza y Valdes.
- Lefcovich, M. (2010). *Administración de Operaciones y Estrategia de Negocios*.
- Local, D. E. (3 de Julio de 2010). *Plan Comercial*. México.
- López, J. (2010). *Concepto Objetivos*.
- Lyonnet, P. (2007). *Los Métodos de la calidad total*. ESIC.

- Margeneto. (Marzo de 2009). Recuperado el Agosto de 2012, de <http://www.margeneto.com/articulosgestion/conceptodeingreso.html>
- Marketing. (2009). *Definición*. Recuperado el Agosto de 2012, de <http://definicion.de/marketing-mix/#ixzz2ALQyCxN2>
- Martínez, C. Y. (2008). *La Empresa Sabia*. España: Diaz de Santos.
- Martínez, M. G. (2011). *Procedimiento para los procesos de comercialización en tiendas*. Madrid.
- Medina, M. G. (2012). “*Estrategias de comercialización y su incidencia en las ventas de la Empresa Milplas CA. LTDA. de Ambato.*”. Ambato.
- Mencia de Garcillán López Rúa, J. R. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC.
- Miranda, S. G. (2011). *Monografías*. Recuperado el 14 de Agosto de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos72/plan-accion/plan-accion.shtml>
- Ohmae, K. (2005). *The Mind of the Strategist*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Perez, G. (2011). “*La Calidad del Servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Transportes Flota Pelileo*”. Ambato.
- Perez, V. C. (2006). *Calidad Total en la Atención al cliente: Pautas para garantizar la Ideas Propias*.
- Psicocnsult. (12 de Junio de 2012). Coaching.
- Robbins, S. P. (2004). *Comportamiento Organizacional*. Mexico: Pearson Education.
- Rodríguez, I. (2007). *Principios y Estrategias de Marketing*. Barcelona: UOC.
- Rojas, T. E. (24 de Julio de 2012). *Aprenderlyx*. Recuperado el 2013, de <http://aprenderlyx.com/objetivos-especificos-de-un-proyecto/>
- Salvat. (2005). Rentabilidad. En *Diccionario Enciclopédico Salvat*. . España.
- Sánchez, M. P. (2009). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. EDITEX.

- Sanchis, J. R. (2008). *Creación y Dirección de Pymes*. Dás de Santos.
- Soiano, D. C. (Madrid). *The Marketing Mix Process*. 1991: Diaz Santos.
- Stanton William, E. M. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Mc Graw Hi.
- Tarifa, K. (2012). *Estrategia empresarial. Concepto e importancia*. Mexico.
- Valda, J. C. (2011). *Comunicación Organizacional*.
- Velgar, F. (2008). *Gerencia* . Bogota.
- Vertice, P. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. España: Vertice.
- Vicuña, J. M. (2007). *El Plan Estrategico en la práctica*. Madrid: ESIC.
- Villegas, F. G. (2005). " *Liderazgo* ". México D.F.
- Wiki.Anwers. (Abril de 2011). *Magazine de Negocios*. Recuperado el 5 de Agosto de 2012, de <http://www.magazinedenegocios.com/operaciones/operaciones-comerciales>

ANEXOS

Anexo 1:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES INTERNOS DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO EDCUADORES DE PASTAZA.

OBJETIVO: Determinar el conocimiento del Coaching Gerencial y los Procesos Estratégicos de la Cooperativa.

Instructivo: Al ser anónima la encuesta se ruega contestarla con la mayor sinceridad. Ponga una x en la respuesta que crea conveniente:

Cuestionario:

1. ¿Existe auto eficiencia en la cooperativa?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

2. ¿La cooperativa proporciona bienestar personal?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

3. ¿Existe capacidad de liderazgo por parte del personal y directivos?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

4. ¿Cómo es la asesoría y servicio al cliente?

Excelente	
Muy Buena	
Buena	
Regular	
Mala	

5. ¿Existe capacidad de dirigir la cooperativa por parte de los directivos?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

6. ¿Se alcanzan las metas establecidas en la cooperativa?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

7. ¿Existe un control en la gestión del tiempo del servicio de la cooperativa?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

8. ¿Existe innovación continua en los servicios de la cooperativa?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

9. ¿Con que frecuencia se analiza el rendimiento de la cooperativa?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

10. ¿Con qué frecuencia se aplica un análisis del servicio de la cooperativa?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

Anexo 2:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES EXTERNOS DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO EDUCADORES DE PASTAZA

OBJETIVO: Determinar el desconocimiento del Coaching Gerencial y los Procesos Estratégicos de la Cooperativa.

Instructivo: Al ser anónima la encuesta se ruega contestarla con la mayor sinceridad. Ponga una x en la respuesta que crea conveniente:

Cuestionario

1. ¿El involucramiento en el trabajo del personal es eficiente?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

2. ¿Considera usted que la eficiencia en la atención al cliente es adecuada?

Excelente	
Muy Buena	
Buena	
Regular	
Mala	

3. ¿Existe efectividad en la solución de los problemas que tiene el cliente por parte de la cooperativa?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

4. ¿Se aplica la asesoría y servicio al cliente?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

5. ¿Existe un control del rendimiento del servicio ofertado?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

6. ¿La cooperativa toma decisiones oportunas con respecto a la solución de problemas y asesoría al cliente?

Siempre	
Casi Siempre	
A veces	
Casi Nunca	
Nunca	

7. ¿El compromiso organizacional de la cooperativa y el personal es adecuado?

Muy adecuado	
Adecuado	
Poco Adecuado	
Inadecuado	

8. ¿Cómo es la asesoría y servicio al cliente?

Excelente	
Muy Buena	
Buena	
Regular	
Mala	

Anexo 3

Árbol de Problemas



Elaborado por: Fernando Vélez (2013)

