



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

**“PROPUESTA DE UNA POLÍTICA PARA MEJORAR EL PROCESO DE
ATENCIÓN DE LAS QUEJAS Y RECLAMOS EN UNA COOPERATIVA DE
AHORRO Y CRÉDITO PERIODO 2014-2017”**

**Tesis para optar el título profesional de
Licenciada en Administración y Finanzas**

Presentado por:

CYNTHIA ANALI CANALES CISNEROS

LIMA, PERU

2019

Documento	DGI-ICV-MAN-01
Fecha	16/02/18
Versión	1.0

ANEXO 13
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 17:15 horas del día lunes 3 de Junio de 2019 en la sala de conferencias se reunieron los miembros del Jurado:

- Presidente** Dra. Meza Balvin Sandra
- Miembro 1** Mg. Zevallos Balceda, Carlo Antonio.
- Miembro 2** Mg. Meza Elmore, Flor de Maria

Para evaluar la tesis titulada: "PROPUESTA DE UNA POLÍTICA PARA MEJORAR EL PROCESO DE ATENCIÓN DE LAS QUEJAS Y RECLAMOS EN UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PERIODO 2014-2017", presentada por el/la Bachiller Canales Cisneros Cynthia Anali, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Finanzas.

Terminada la sustentación, el Jurado luego de deliberar concluyen de manera unánime () por mayoría simple (X) que la tesis es:

- Aprobado (X)
- Aprobado - Muy buena ()
- Aprobado - Sobresaliente ()
- Desaprobado ()

Calificándola con nota de: 15 en letras (..... Quince))

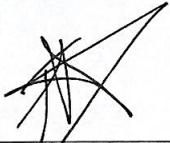
En fe de lo actuado los miembros de Jurado suscriben la presente Acta en señal de conformidad.



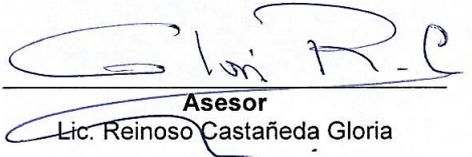
Presidente del Jurado
Dra. Meza Balvin Sandra



Miembro del Jurado
Mg. Zevallos Balceda, Carlo Antonio



Miembro del Jurado
Mg. Meza Elmore, Flor de Maria



Asesor
Lic. Reinoso Castañeda Gloria

Dedicatoria

Dedico este triunfo primeramente a Dios, padre celestial, que me da fuerzas y sabiduría en los momentos más difíciles, por darme su luz y entendimiento para la culminación de esta meta tan anhelada.

A mi pequeño Ismael mi principal fuente de inspiración para el logro de mis objetivos, a mis padres, Luis y Celia, por creer en todo momento en mí, por apoyarme incondicionalmente con dedicación, respeto y toda su confianza, impulsándome para que hoy sea la mujer que soy.

Agradecimientos

A la primera persona, que quiero agradecer es a mi asesora, a mis docentes, y a la Universidad por abrir las puertas de sus aulas.

A mi familia y amigos, por su comprensión, apoyo y estímulo constante.

Índice general

Dedicatoria.....	3
Agradecimientos.....	4
Índice general	5
Índice de figuras.....	8
Índice de tablas.....	9
Resumen	I
Abstract.....	III
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.1.1. Síntomas del Problema	8
1.1.2. Descripción de la Empresa	11
1.1.3. Principios organizacionales	11
1.1.4. Instalaciones	16
1.1.5. Productos Financieros	17
1.2. Formulación del problema	19
1.2.1. Problema General.....	20
1.2.2. Problemas específicos	20
1.3. Justificación de la investigación	21
1.3.1. Justificación Teórica	21
1.3.2. Justificación metodológica.....	22
1.3.3. Justificación social	22
1.4. Limitaciones de la investigación.....	22
1.5. Viabilidad de la investigación	23
1.5.1. Accesibilidad	23
1.5.2. Bibliografía.....	23
1.5.3. Económico.....	23
1.5.4. Potencial Humano	23
1.5.5. Tiempo	23
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	24
2.1 Antecedentes de la investigación.....	24
2.1.2 Tesis Nacionales.....	24
2.1.3 Tesis Internacionales.....	29

2.2 Bases teóricas.....	32
2.2.2 Las COOPAC en América Latina.....	32
2.2.3 Funcionamiento de las Cooperativas en el Perú.....	33
2.2.4 Teorías relacionadas.....	37
2.3 Objetivos de la Investigación.....	65
2.3.2 Objetivo General.....	65
2.3.3 Objetivos específicos.....	65
2.4 Formulación de hipótesis.....	66
2.4.2 Hipótesis general.....	66
2.4.3 Hipótesis específicas.....	66
CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO.....	67
3.1 Diseño de la investigación.....	67
3.2 Tipo.....	67
3.3 Enfoque.....	67
3.4 Población.....	68
3.4.1 Población 1.....	68
3.4.2 Población 2.....	68
3.5 Muestra.....	68
3.5.1 Muestra 1.....	69
3.5.2 Muestra 2.....	70
3.6 Operacionalización de variables.....	70
3.6.1 Variable Dependiente:.....	70
3.6.2 Variable Independiente:.....	71
3.7 Técnicas para la recolección de datos.....	73
3.8 Técnica para el procesamiento y análisis de datos.....	73
3.8.1 Técnicas de Procesamiento de Datos. -.....	73
3.8.2 Presentación de Datos. -.....	74
3.9 Aspectos éticos.....	74
3.10 Análisis del Proceso Actual.....	74
CAPITULO IV: DESARROLLO Y RESULTADOS.....	82
4.1 Desarrollo.....	82
A. Etapa Planear.....	83
B. Etapa Hacer.....	86
C. Etapa Verificar.....	88
D. Etapa Actuar.....	88
4.2 Resultados.....	90

4.2.1 Presentación de análisis e interpretación de resultados de la Encuesta1	93
4.2.2 Presentación de análisis e interpretación de resultados de la Encuesta 2.....	105
4.2.3 Contrastación de Hipótesis	114
CAPITULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	122
5.1 Discusión	122
5.2 Conclusiones	126
5.3 Recomendaciones.....	130
Referencias bibliográficas	133
Abreviaturas	141
ANEXOS	145

Índice de figuras

Figura 1 Total de Reclamos asociado a dos actividades económicas según proveedor, Enero – Diciembre 2017.	5
Figura 2 Productos con mayor número de Reclamos en el Periodo 2017	6
Figura 3 Reclamos de una Cooperativa de Ahorro y Crédito	10
Figura 4 Reporte de Quejas y Reclamos 2014-2017 de una COOPAC	10
Figura 5 Política de Atención al Socio	16
Figura 6 Ubicación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito analizada.....	17
Figura 7 Representación Gráfica de la Gestión por Procesos.....	39
Figura 8 Diagrama de Causa-Efecto para Boca de Tina Ovalada, y Relación con el Diagrama de Pareto	51
Figura 9 Diagrama de Ishikawa del Tipo Flujo del Proceso	52
Figura 10 Diagrama de Ishikawa del Tipo Enumeración de Causas para Conservación de Pintura de Un Automóvil	53
Figura 11 Estructura Orgánica del Departamento de Operaciones	74
Figura 12 Flujograma actual del proceso de Reclamo (Diciembre 2017)	77
Figura 13 Muestra de reclamos telefónicos.....	80
Figura 14 Reporte Captaciones vs Reclamos	81
Figura 15 Etapas aplicadas al proceso de atención de Quejas y Reclamos.	82
Figura 16 Posibles causas del problema aplicando la Técnica de Ishikawa.....	84
Figura 17 Diagrama de Pareto Criterio de Valorización del problema de atención a los reclamos de los socios de la COOPAC.	85
Figura 18 Edad de los Socios Encuestados.....	94
Figura 19 Género de Socios Encuestados	95
Figura 20 Análisis de Tipo de Requerimiento	96
Figura 21 Frecuencia de Calidad de Atención	97
Figura 22 Frecuencia de solución a la petición queja o reclamo	98
Figura 23 Frecuencias de SATISFACCIÓN en cuanto a la respuesta recibida por parte de la COOPERATIVA	100
Figura 24 Frecuencias del cumplimiento de expectativas del socio	101
Figura 25 Frecuencia del tiempo de respuesta	102
Figura 26 Frecuencia de Gestión realizada por la Cooperativa	104
Figura 27 Frecuencia del nivel de Información.	105
Figura 28 Frecuencia de Recepción.....	106
Figura 29 Frecuencia de Registro.	107
Figura 30 Frecuencia de Recolección de Datos y Análisis (1)	108
Figura 31 Frecuencia de Recolección de Datos y Análisis (2)	109
Figura 32 Frecuencia de Evaluación y Respuesta (1)	111
Figura 33 Frecuencia de Evaluación y Respuesta (2)	112
Figura 34 Frecuencia de Evaluación y Respuesta (3)	113
Figura 36 Propuesta de Flujograma del Proceso de Atención de Quejas y Reclamos.....	186

Índice de tablas

Tabla 1 SAC-PERÚ: Reclamos Recibidos Asociados a Servicios Bancarios y Financieros a Nivel Nacional, según Proveedor, Enero – Diciembre 2017	5
Tabla 2 Sanciones Impuestas por INDECOPI a Entidades Financieras	7
Tabla 3 Análisis FODA	15
Tabla 4 Listado de Productos Financieros	18
Tabla 5 Perfil del Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito	19
Tabla 6 Ciclo PHVA y 8 Pasos en la Solución de un Problema	56
Tabla 7 Las 5 S de Kaizen.....	61
Tabla 8 Población total de Quejas y Reclamos periodo 2014-2017.....	68
Tabla 9 Herramientas de Recolección de Datos.....	73
Tabla 10 Tiempos de atención por área/departamento en el proceso de atención de quejas y reclamos.	79
Tabla 11 Causas del problema en proceso	85
Tabla 12 Comparación de los tiempos de atención de Áreas/Departamentos involucrados en el Proceso de Atención de Quejas y Reclamos.	87
Tabla 13 Proyección del Resultado después de la Aplicación del ciclo de Deming (ciclo PHVA)	89
Tabla 14 Resumen de Procesamiento de Casos	91
Tabla 15 Estadísticas de Fiabilidad.....	91
Tabla 16 Estadísticas de Total de Elemento.....	91
Tabla 17 Resumen de Procesamiento de Casos	92
Tabla 18	92
Tabla 19 Estadísticas de Total de Elemento.....	93
Tabla 20 Edad de los Socios Encuestados	94
Tabla 21 Género de Socios Encuestados	95
Tabla 22 Análisis de Tipo de Requerimiento	96
Tabla 23 Frecuencia de Calidad de Atención	97
Tabla 24 Frecuencia de solución a la petición queja o reclamo	98
Tabla 25 Frecuencias de SATISFACCIÓN en cuanto a la respuesta recibida por parte de la COOPERATIVA	99
Tabla 26 Frecuencias del cumplimiento de expectativas del socio	100
Tabla 27 Frecuencia del tiempo de respuesta	102
Tabla 28 Frecuencia de GESTIÓN realizada por la COOPERATIVA.....	103
Tabla 29 Frecuencia del nivel de Información.	104
Tabla 30 Frecuencia de Recepción.	106
Tabla 31 Frecuencia de Registro.	107
Tabla 32 Frecuencia de Recolección de Datos y Análisis (1)	108
Tabla 33 Frecuencia de Recolección de Datos y Análisis (2)	109
Tabla 34 Frecuencia de Evaluación y Respuesta (1)	110
Tabla 35 Frecuencia de Evaluación y Respuesta (2)	111
Tabla 36 Frecuencia de Evaluación y Respuesta (3)	113
Tabla 37 Distribución Chi-Cuadrado(X ²)	115
Tabla 38 Tabla de Frecuencias Observadas	115

Tabla 39 Tabla de Frecuencias Esperadas.....	116
Tabla 40 Distribución Chi-Cuadrado(X2)	117
Tabla 41 Tabla de Frecuencias Observadas	117
Tabla 42 Tabla de Frecuencias Esperadas.....	117
Tabla 43 Distribución Chi-Cuadrado(X2)	119
Tabla 44 Tabla de Frecuencias Observadas	119
Tabla 45 Tabla de Frecuencias Esperadas.....	119
Tabla 46 Distribución Chi-Cuadrado(X2)	121
Tabla 47 Tabla de Frecuencias Observadas	121
Tabla 48 Tabla de Frecuencias Esperadas.....	121

Índice de Anexos

Anexo 1 Ley Nº 29571 - Código de Protección y Defensa del consumidor.....	145
Anexo 2 Decreto Supremo que Aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor	152
Anexo 3 Matriz de consistencia	167
Anexo 4 Matriz de Operacionalización	169
Anexo 5 Encuesta/instrumento de evaluación	170
Anexo 6 Encuesta / Instrumento de recolección de datos	172
Anexo 7 Ficha de Observación.....	173
Anexo 8 Ficha de Registro	175
Anexo 9 Propuesta de Procedimiento de Atención de Quejas y Reclamos	176
Anexo 10 Formato de Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones.....	187
Anexo 11 Formato de Acción Inmediata, Preventiva y Correctiva	188
Anexo 12 Lista Maestra de Quejas y/o Reclamos de Socios	189
Anexo 13 Lista Maestra de Acciones Inmediatas, Preventivas y Correctivas.....	190
Anexo 14 Validez de instrumentos por Jueces Expertos	191
Anexo 15 Constancia emitida por la institución donde se realizó la investigación	200

Resumen

La presente investigación se realizó mediante un análisis interno de la problemática visible en el área de atención al socio en una COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO. Se analizaron las fases y el proceso que se sigue para el manejo en la atención de quejas y reclamos, detectando las falencias en el procedimiento que se realiza a la fecha; lo que conlleva a efectuar el estudio necesario para identificar la relación de la gestión de quejas y reclamos con la satisfacción del socio, para realizar una propuesta de cambio en cuanto a la mejora del proceso de atención de quejas y reclamos diseñando una política de atención de quejas y reclamos que proyecten beneficios tanto para la Institución como para sus socios.

La cooperativa de ahorro y crédito analizada cuenta con 42 años en el mercado, a la fecha se han llevado a cabo una serie de procedimientos conforme a las necesidades del mercado y la búsqueda de la mejora en la atención a los socios.

El procedimiento que se utiliza en la actualidad para la fluidez del proceso de “atención de quejas y reclamos” en la Institución, no brinda buenos resultados en cuanto a las gestiones realizadas por los colaboradores de la cooperativa, presentando una falencia en cuanto a los tiempos de la respuesta brindada al socio respecto a su queja y/o reclamo presentado, haciendo que el proceso de la atención de quejas y reclamos se torne pausado, por los diversos niveles de coordinación que deben de realizar previamente para poder llegar al resultado: brindar la respuesta final a la queja y/o reclamo presentado por el socio.

A pesar que la institución cuenta con el personal en los puestos establecidos y con habilidades para desempeñar al 100% sus funciones y procedimiento. Para ello es necesario realizar el análisis en las fases del proceso y el manejo de la atención de quejas y reclamos, para cumplir con los tiempos establecidos en la respuesta de su queja o reclamo, brindando una respuesta oportuna y satisfaciendo sus necesidades en un menor tiempo. Lo que conlleva a efectuar el estudio necesario para realizar una propuesta de mejora en cuanto al proceso, estableciendo un procedimiento y diseño para el proceso de atención de quejas y reclamos.

Palabras Clave:

- Satisfacción del Socio
- Manejo del Proceso de atención de quejas y reclamos

Abstract

The present investigation was carried out through an internal analysis of the visible problems in the area of attention to the partner in a COOPERATIVE OF SAVINGS AND CREDIT. We analyzed the phases and the process that is followed for the handling in the attention of complaints and claims, detecting the flaws in the procedure that is done to date; which entails carrying out the necessary study to make a change proposal regarding the improvement of the complaints and claims process designing a policy of attention to complaints and claims that project benefits for both the Institution and its partners.

The analyzed credit and savings cooperative has 42 years in the market, to date a series of procedures have been carried out in accordance with the market needs and the search for improvement in the attention to the members.

The procedure that is currently used for the fluidity of the process of "attention to complaints and claims" in the Institution, does not provide good results in terms of the efforts made by the cooperative's collaborators, presenting a shortcoming in terms of time of the response given to the member regarding his complaint and / or complaint presented, making the process of the attention of complaints and claims be paused, by the various levels of coordination that must be previously made in order to reach the result: provide the final response to the complaint and / or complaint presented by the member.

Although the institution has staff in established positions and with skills to perform 100% of its functions and procedure. For this it is necessary to carry out the analysis in the phases of the process and the handling of the attention of complaints and claims, to comply with the times established in the response of your complaint or claim, providing a timely response and satisfying your needs in a shorter time. What it entails to carry out the necessary study to make a proposal for improvement regarding the process, establishing a procedure and design for the process of attention to complaints and claims.

Keywords:

- Member Satisfaction
- Handling of the complaints and claims process

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el presente capítulo, se describe el problema identificado que afecta a la Cooperativa de Ahorro y Crédito estudiada. Definiendo los objetivos de la investigación para proponer una solución sustentada basándose en la importancia del estudio y detallando las fuentes y consecuencias de las limitaciones principales.

1.1. Descripción de la realidad problemática

FEDEAC (2018) expone que

El Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito (WOCCU) es la asociación gremial y agencia de desarrollo para el sistema internacional de cooperativas de ahorro y crédito. WOCCU promueve el crecimiento sustentable de las cooperativas de ahorro y crédito y otras cooperativas financieras en todo el mundo a fin de facultar a las personas para que mejoren su calidad de vida a través del acceso a servicios financieros asequibles y de alta calidad.

Cooperativa de las Américas (2014) menciona que

El Consejo Mundial promueve el crecimiento sustentable de las cooperativas de ahorro y crédito y otras cooperativas financieras en todo el mundo a fin de facultar a las personas para que mejoren su calidad de vida a través del acceso a servicios financieros asequibles y de alta calidad. El Consejo Mundial realiza esfuerzos de defensa activa en representación del sistema global de las cooperativas de ahorro y crédito ante organizaciones internacionales y trabaja

con gobiernos nacionales para mejorar la legislación y la regulación. Sus programas de asistencia técnica introducen nuevas herramientas y tecnologías para fortalecer el desempeño financiero de las cooperativas de ahorro y crédito y profundizar su alcance comunitario.

FENACREP (2016) Menciona que “En el Perú, el Movimiento Cooperativo de Ahorro y Crédito está conformado por 150 instituciones cooperativas de ahorro y crédito que sirven a más de un millón 600 mil socios y sus familias, en las 24 regiones del país”.

FENACREP (2016) expone también

Nuestro Movimiento forma parte de un gran sistema internacional que incluye a 105 países alrededor del mundo, donde existen más de 57 mil cooperativas de ahorro y crédito que están marcando la diferencia en la vida de sus más de 217 millones de asociados.

FENACREP (2016) Dentro del marco peruano expone

Somos una organización de integración cooperativa fundada el 10 de abril de 1959 que realiza actividades de representación, defensa, educación cooperativa, asistencia técnica y supervisión de las cooperativas de ahorro y crédito del Perú. La FENACREP se encuentra bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (SBS).

Conforme a lo mencionado por Redondo las cooperativas tienen dos puntos de vistas económico y social; ello se debe a que su actividad principal es desarrollar proyectos de carácter cooperativo en donde establece vínculos que favorecen a la sociedad y esta lo ve no como un valor financiero o institucional propio de ella, sino más bien como un valor social, toda empresa se preocupa por el clima organizacional, constituyendo la personalidad de la misma y el reconocimiento así el comportamiento de un individuo ante los posibles problemas, el cual es sinónimo de personalidad y para poder enfrentarlos primero se tiene que identificar el problema y saber sobre cual se puede actuar. (Redondo, 2015)

Las COOPAC se encuentran en la búsqueda de ser más competitivas en el mercado, debiendo estar orientadas permanente a la calidad brindada, partiendo siempre de lo fundamental que es la orientación al socio, puesto que, ante una insatisfacción sobre el producto y/o el servicio brindado podría ocasionar grandes pérdidas a la organización. Asimismo, se debe tomar en cuenta las opiniones y percepciones que los socios proporcionan a la organización sobre el servicio brindado, ello considerarlo como una oportunidad de mejora y enfocarlo a que el servicio brindado hacia los socios sea cada día mejor.

Farro Chumbes (2013) menciona que

El mercado financiero nacional es altamente competitivo y se encuentra en un proceso dinámico sin precedentes. Prueba de ello son la variedad de organizaciones que ofrecen servicios de intermediación financiera, entre las cuales no solo se encuentran los bancos comerciales, financieras y cajas

municipales, sino empresas de otro rubro, como el retail. Las Cooperativas de Ahorro y Crédito, uno de los tipos de entidades que opera en el sector, se diferencian de las demás desde su concepción como organización, ya que no persiguen el lucro. Sin embargo, su desempeño organizacional debe ser medido bajo ciertos parámetros similares para asegurar el óptimo uso de sus recursos. Por ejemplo, uno de esos indicadores es la penetración de mercado: el alcance de las CAC es mucho menor que otras entidades, hecho que se agrava por el ingreso de la banca comercial a nichos como las MYPE (p.4).

Farro Chumbes (2013) Asimismo, indica que

Este panorama obliga a las CAC a replantear sus estrategias y modos de gestión- manteniendo concordancia con los principios cooperativos que las guían- para hacer frente a competidores que cuentan, generalmente, con capital suficiente para lograr economías de escala, emplear sistemas informáticos potentes y atraer y retener a los mejores profesionales (p.4).

Para poder determinar la insatisfacción de los clientes, se verifica el reporte del Instituto de Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), el cual muestra que para el cuarto trimestre del 2017 se atendieron 18,288 casos pertenecientes al sector financiero y 3,409 pertenecientes a Otros Proveedores, considerando dentro a las Cooperativas. (Véase Tabla 1) INDECOPI (2017)

Tabla 1

SAC-PERÚ: Reclamos Recibidos Asociados a Servicios Bancarios y Financieros a Nivel Nacional, según Proveedor, Enero – Diciembre 2017

N°	Proveedor	Total 2016	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17	oct-17	nov-17	dic-17	Total 2017
1	Banco Falabella Perú S.A	3241	233	201	222	225	308	352	444	579	470	393	298	258	3983
2	Banco de Crédito del Perú	3927	383	307	302	267	266	264	226	311	318	244	246	243	3377
3	Banco Continental	2905	259	228	243	230	248	200	204	243	227	246	186	183	2697
4	Banco Internacional del Perú	2437	255	226	219	192	232	189	169	207	229	192	173	157	2440
5	Financiera Oh! S.A	2467	296	206	247	205	215	164	176	210	185	172	158	148	2382
6	Otros proveedores	2873	291	272	296	251	319	226	263	291	261	514	196	229	3409
Total		17850	1717	1440	1529	1370	1588	1395	1482	1841	1690	1761	1257	1218	18288

Fuente: Elaboración Propia, extraído de INDECOPI (2017)

INDECOPI (2017) nos muestra que

Durante los últimos 12 meses (enero - diciembre 2017), el Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) recibió 61 298 reclamos en sus oficinas, a nivel nacional: 53,70% en Lima y Callao; y 46,30% en los otros departamentos del país. El **51,47%** del total de reclamos estuvo asociado a dos actividades económicas: Servicios bancarios y financieros (26,605) y transporte de pasajeros (5,447).” (Véase Figura 1)

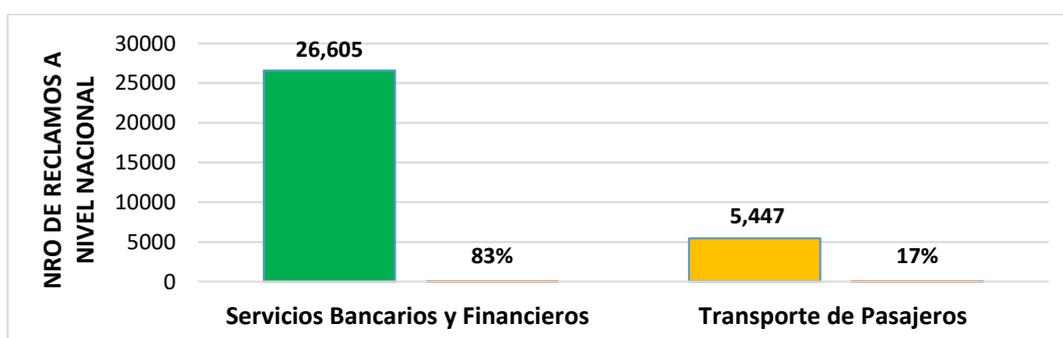


Figura 1 Total de Reclamos asociado a dos actividades económicas según proveedor, Enero – Diciembre 2017.

Fuente: Elaboración Propia, extraído de INDECOPI (2017)

Cooperativa El Tumi (2017) En la figura 2 según reporte

La Superintendencia de Banca, Seguro y AFP (SBS) para el segundo Trimestre los productos más reclamados en los bancos fueron las tarjetas de créditos (53%), cuenta de ahorro (20%), atención al público (5%) y otros productos como se muestra en la siguiente figura.

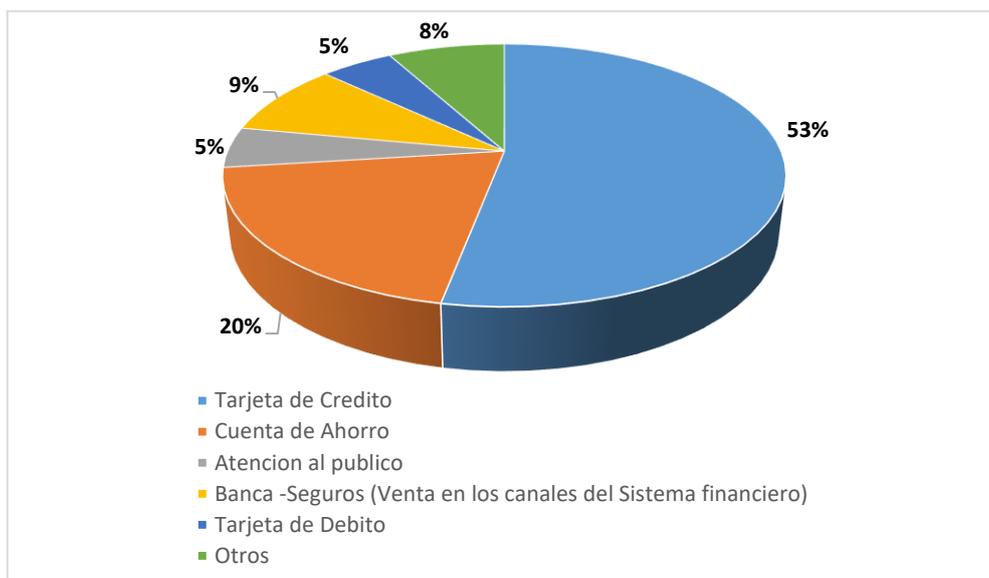


Figura 2 Productos con mayor número de Reclamos en el Periodo 2017
Fuente: Elaboración Propia, extraído de Cooperativa El Tumi (2017)

Cooperativa El Tumi (2017) presenta en las figuras 1 y 2 el nivel de insatisfacción de los clientes, a través de los reclamos presentados ante Indecopi por los servicios financieros con un 44%, mientras que la SBS nos muestra 8%, a consecuencia de los motivos expuestos es que el nivel de satisfacción en la cooperativa es bajo y esto se puede ver en el aumento de las renuncias por parte de los socios.

Asimismo, en la tabla 2, se puede observar las sanciones que interpuso Indecopi a dos entidades financieras por incurrir en faltas sancionables, dicho alcance podría también repercutir en la COOPAC por no contar con sus procesos establecidos y alineados a la normativa externa vigente.

Tabla 2
Sanciones Impuestas por INDECOPI a Entidades Financieras

Nro.	Entidad supervisada	Sector	Nivel de Infracción	Sanción	Descripción de la Infracción
1	BBVA Banco Continental	Financiero	Leve	16 UIT	No trasladar los fondos CTS dentro del plazo establecido.
2	Interbank	Financiero	Leve	10 UIT	1) Registrar indebidamente los reclamos de sus clientes y no atenderlos dentro del plazo establecido
			Grave	0.8 UIT	2) No cumplir con remitir la información requerida por la Superintendencia.

Fuente: Elaboración Propia obtenida de SBS (2017)

Por ello en la presente investigación se revisa a situación actual una Cooperativa de Ahorro y Crédito. Dicha organización realiza procedimientos no estandarizados, ni normados, generando inconvenientes en la atención a los socios; tales como: coordinaciones con otras áreas de la cooperativa, la pérdida de tiempo por consultas de información y en los tiempos límite de respuestas a los socios, llegando en muchos casos a exceder los plazos regulatorios para brindar una respuesta al socio, con lo que desencadenaría en el peor escenario con una denuncia por parte del socio ante el ente regulador Indecopi.

1.1.1. Indicios del Problema

Antes de plantear los indicios del problema, se revisa y analiza el reporte de las quejas y reclamos que se presentan en aumento en una Cooperativa de Ahorro y Crédito (COOPAC), como consecuencia se observa la desafiliación de los socios de la institución, el aumento de las sugerencias y las quejas y reclamos presentadas, relacionadas a la atención brindada al socio.

Los reclamos presentados por los socios demandan la atención rápida de sus solicitudes, así como una atención pertinente a sus requerimientos, teniendo identificado las quejas y reclamos principales, los mismos que originan su renuncia ante la COOPAC, dentro de las cuales encontramos:

a) Quejas y Reclamos:

- El tiempo de respuesta para el trámite de devolución de los aportes al socio.
- Deducciones no informadas.
- Cobranza del Costo Operativo en los desembolsos por parte de la COOPAC.
- Penalidad aplicada por inasistencia a las elecciones de delegados.

b) Desafiliación de los Socios

- Disminución de la capacidad de pago del socio.
- La mala atención que recibe el socio del personal de la COOPAC.
- Las deducciones aplicadas en su pago de haberes de manera indebida.

c) Sugerencias

- Reducción del periodo de tiempo para que el socio sea atendido.
- Atención y cortesía por parte del personal de la COOPAC.
- Reducción del periodo de tiempo para la respuesta a las solicitudes presentadas por los socios.

Los retrasos que se presentan en la atención a las quejas y reclamos que presentan los socios tiene relación con el procedimiento de solución de las quejas y reclamos, siendo por lo expuesto tratado en la presente investigación.

Asimismo, se cuenta con documentos de gestión (Manual de Organización y funciones) que orientan las funciones diarias del personal del Área de Atención al Socio, siendo una de las causas de la problemática la carencia de documentos de gestión para establecer los procedimientos que el personal debe seguir para la atención oportuna de las quejas y/o reclamos presentados por los socios.

La siguiente data muestra el número de reclamos presentados ante Indecopi:

Cooperativa El Tumi (2017) muestra que tuvo 13 reclamos, los cuales se tuvieron que conciliar con el socio ante Indecopi como un ente de protección al consumidor y para el cierre del año 2017 se tienen registrados 17 reclamos a es decir ya se está al 31% superior en relación al 2016 y si se sigue a este ritmo ascendente para los siguientes periodos seguirá sobrepasando este indicador. (Véase Figura 3)

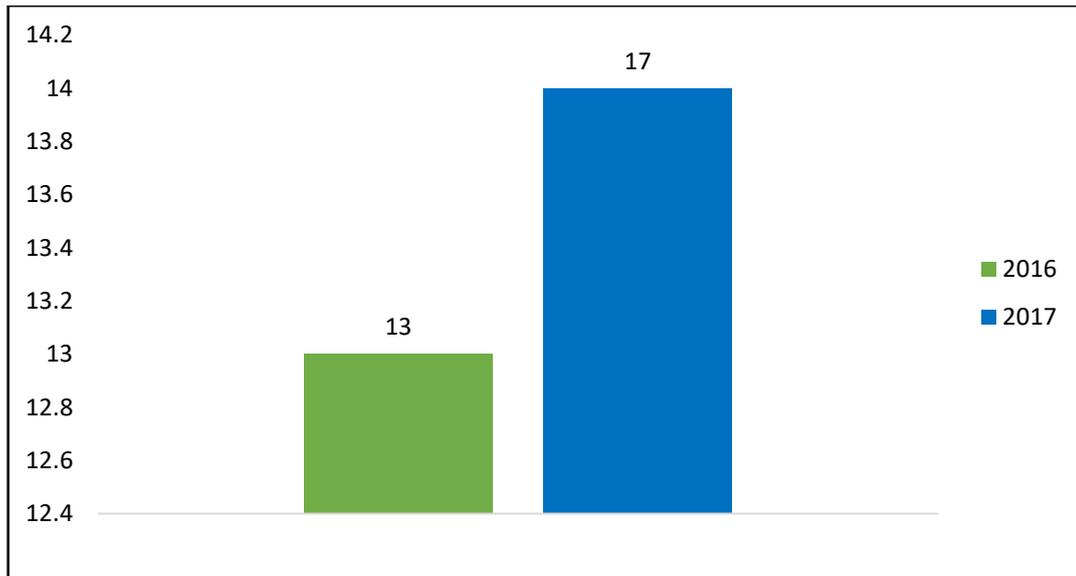


Figura 3 Reclamos de una Cooperativa de Ahorro y Crédito
Fuente: Elaboración Propia extraída de Cooperativa El Tumi (2017)

Afirmamos la tendencia al alza de las quejas y reclamos presentados por los socios desde el periodo 2014 al 2017, incremento en casi un 100% comparando el periodo inicial con el periodo final del año 2017.

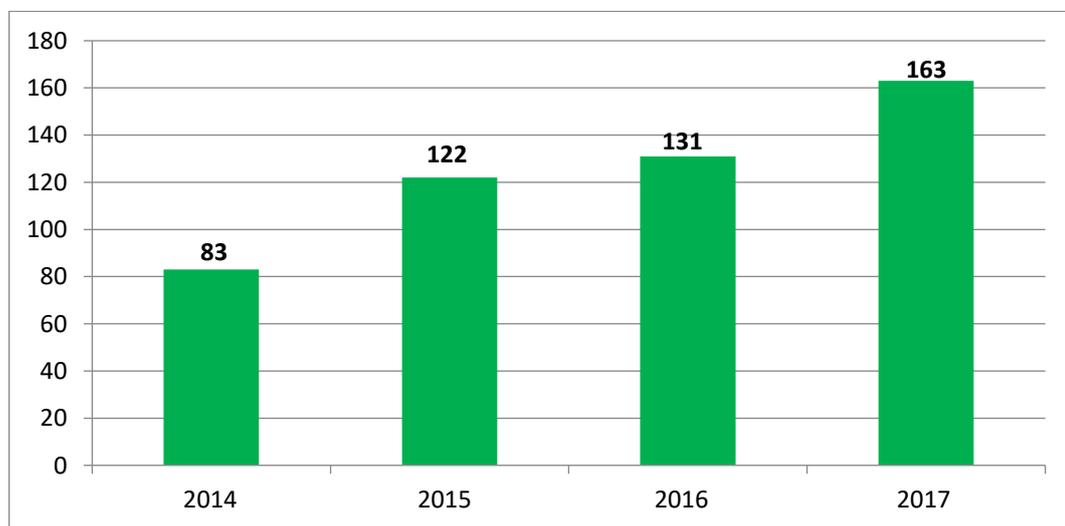


Figura 4 Reporte de Quejas y Reclamos 2014-2017 de una COOPAC
Fuente: Elaboración propia extraída del análisis de la Cooperativa de Ahorro y Crédito estudiada.

1.1.2. Descripción de la Empresa

La empresa analizada para el estudio pertenece al giro de actividades financieras.

Teniendo como objetivo ser la empresa líder en su rubro.

Gago (2017) describe a la empresa

Es una Cooperativa de Ahorro y Créditos sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es el apoyo económico a sus asociados (socios) siendo su mercado objetivo el sector salud y del sector público, a la fecha cuenta con más de 53,000 asociados y 63 oficinas especiales permanentes a nivel nacional, siendo la cooperativa número uno en el sector salud.

1.1.3. Principios organizacionales

La Cooperativa busca difundir sus principios organizacionales entre todos sus colaboradores mediante: su visión, misión, valores y objetivos descritos a continuación:

Visión

Cooperativa El Tumi (2017) “Ser una Organización Cooperativa de Ahorro y Crédito Líder en el Perú, brindando servicios financieros y beneficios mediante una gestión de calidad, generando sosteniblemente el desarrollo económico, social y cultural de todos nuestros socios”.

Misión

Cooperativa El Tumi (2017)

Somos una Organización Cooperativa de Ahorro y Crédito que funciona bajo un modelo de gestión transparente, competitivo e innovador, brindando servicios financieros y beneficios que contribuyen al desarrollo y satisfacción de nuestros socios del sector público y privado a nivel nacional.

Valores Cooperativos

Cooperativa El Tumi (2017)

- Ayuda mutua. - Se da la “ayuda mutua” cuando dos o más personas se socorren y cooperan entre sí para lograr las metas individuales o colectivas propuestas.
- Responsabilidad. - La “responsabilidad” es la obligación de responder por los propios actos. Es también garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos.
- Democracia. - En el cooperativismo hay “democracia” cuando las y los asociados mantienen el control de la cooperativa, participando activamente en la toma de decisiones en asambleas generales, en órganos sociales a través de sus representantes o en otros espacios de poder.
- Igualdad. - Consiste en ofrecer el mismo trato y condiciones de desarrollo a cada asociado o asociada sin discriminación de sexo, etnia, clase social, credo o capacidad intelectual o física.

- Equidad. - La equidad se refiere a la noción de justicia de dar a cada cual lo que se merece o ha ganado según sea su grado de participación o aporte, y reconociendo sus condiciones y características especiales. Es decir, tomando en cuenta la diferencia.
- Solidaridad. - Es la adhesión libre y voluntaria a una causa o empresa, creando una relación humana de mutuo apoyo donde la felicidad particular depende de la felicidad colectiva. Es entonces la comunidad de intereses, sentimientos y propósitos.
- Honestidad. - Es la honradez, la dignidad y la decencia en la conducta de las y los asociados. La persona honesta es incapaz de robar, estafar o defraudar.
- Transparencia. - En una cooperativa hay “transparencia” cuando la información es administrada entre las y los asociados y dirigentes de manera clara, veraz y oportuna. En la base de la transparencia está la confianza, la comunicación y la franqueza. Se oponen a ella el encubrimiento y el engaño.
- Responsabilidad social. - En el cooperativismo, la “responsabilidad social” se vincula al compromiso con el desarrollo de la comunidad. Por ello las cooperativas son agentes activos en la generación de empleo y en la justa distribución de la riqueza.
- Preocupación por los demás. - Hasta no lograr el bienestar material y espiritual de las personas que le rodean, el cooperativista auténtico estará en una condición de inquietud o desasosiego, buscando soluciones a los problemas sociales.

Objetivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito

Memoria Anual COOPAC (2017)

La Cooperativa es una persona jurídica sin fines de lucro, basada en un convenio social que se sustenta en la solidaridad y la ayuda mutua de sus asociados, con el propósito de satisfacer las necesidades de ahorro y crédito de sus integrantes, brindándoles un alto grado de seguridad mediante una eficaz y eficiente gestión y con estricta observancia de los principios cooperativos, brindando además otros servicios conexos y complementarios a su actividad principal y compatibles con la legislación vigente de acuerdo a lo establecido por la Ley General de Cooperativas:

- Promover el desarrollo económico y social de sus socios, mediante el esfuerzo propio y la ayuda mutua.
- Fomentar la educación cooperativa entre sus socios, familiares y la comunidad en general.
- Conceder a sus socios, en forma eficiente y oportuna, los servicios de ahorro y crédito con arreglo a las condiciones que señalan las normas al respecto.
- Respetar, practicar y difundir los principios cooperativos.
- Promover y orientar entre sus socios, el hábito del ahorro y la utilización racional del crédito.

Análisis FODA

La tabla 3, muestra el FODA de la COOPAC, sin embargo, se presentan solo las debilidades y amenazas que están directamente relacionadas con el proceso de atención al socio.

Tabla 3
Análisis FODA

Diagnostico Interno	Diagnostico Externo
Fortalezas	Oportunidades
<p>F1. Sólida presencia de la cooperativa en el país.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Considerada la mejor cooperativa del sector salud del país (ranking Fenacrep.) • Considerada como primera opción para la solicitud de los créditos. <p>F2. Experiencia al nivel Cooperativo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa con 42 años de servicio Con más de 53,000 asociados a nivel nacional • Cuenta con presencia a nivel nacional con 60 agencias diversificadas en cada hospital. <p>F3. Personal especializado y comprometido con la cooperativa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores especializados al nivel cooperativo <p>F4. Productos y servicios accesibles para los asociados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos a acorde a las necesidades del socio. • Tasas preferenciales y con mínimos requisitos • Fondo de apoyo en caso de fallecimiento tanto a titular como familiares. • Se brinda accesos a las instalaciones del club. <p>F5. Convenios institucionales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenios con instituciones de educación • Un abanico de descuentos con instituciones afiliadas. 	<p>O1. Sector consumo que demanda servicios financieros.</p> <p>O2. Posibilidad de acceder a certificaciones de calidad y balance social cooperativo.</p> <p>O3. Desarrollo de nuevas tecnologías de telecomunicaciones ligadas al sistema Cooperativo de ahorro y crédito.</p> <p>O4. Crecimiento económico a nivel país Nombramiento al personal del sector público</p> <p>O5. Mejoras en las escalas remunerativas del sector público</p> <p>O6. Apertura de nuevos mercados en entidades públicas y privadas y ampliación e innovación del alcance de nuestros servicios crediticios</p>
Debilidades	Amenazas
<p>D1. Optimización en los canales de comunicación interno y externo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comunicación entre las áreas es muy débil por lo cual flujos de procesos son lentos. • Canales de comunicación como es el Call center no ofrece detalles relevantes para los socios. <p>D2. Montos y plazos inferiores a los de la</p>	<p>A1. Alta competencia en la prestación de servicios financieros.</p> <p>A2. Sobreendeudamiento de los socios.</p> <p>A3. Riesgo sistémico latente de proveniente crisis financiera internacional e impacto en la desaceleración de la economía.</p> <p>A4. Conflictos sociales y adversidades de</p>

competencia.

- Los montos máximos que ofrece la cooperativa son de 30,000 a diferencia de los bancos que ofrecen montos mayores.
- Plazos de la competencia están con un máximo de 60 meses en cambio en la cooperativa el máximo es de 36 meses.

D3. Escasos planes de capacitación e inducción al personal.

D4. Falta de cubrir puestos claves en la organización de la cooperativa.

D5. Escasa diversificación de los productos y servicios.

D6. Incremento de Deserción de los asociados.

los efectos climatológicos en la población.

A5. Altos índices de delincuencia y lavado de activos.

A6. Proyectos de Ley o normas que afecten las autonomías de las Cooperativas.

A7. Cambios de los cuadros de dirección en las instituciones públicas.

Fuente: Elaboración Propia obtenida de la Memoria Anual COOPAC 2017

Política de Atención al Socio:

La empresa cuenta con una estrategia global enfocada en la atención al socio dentro de sus operaciones, enfocado a brindar un trato al socio.



Figura 5 Política de Atención al Socio

Fuente: Elaboración propia obtenida de la Política de Atención al Socio (2015)

1.1.4. Instalaciones

La Cooperativa cuenta con una oficina principal donde se ofrecen los distintos productos financieros y no financieros, está ubicada en la Avenida 06 de agosto, en el Distrito Jesús María – Lima.



*Figura 6 Ubicación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito analizada
Fuente: Extraído de Página de Google Maps*

La Cooperativa cuenta con un número de colaboradores de 250 aproximadamente, considerada una mediana empresa por su nivel de ventas mayor de 1,700 hasta 2,3UIT. La Cooperativa cuenta con 63 oficinas permanentes a nivel nacional, posicionando su presencia en las distintas provincias del Perú, así como un número considerable de asociados. Cooperativa El Tumi (2017)

1.1.5. Productos Financieros

Memoria Anual COOPAC (2017)

La Cooperativa, es una entidad abierta a todos los trabajadores del sector salud, empresas del sector público y privado que tiene convenio de descuento por planilla. Trabajadores del MINSALUD, Trabajadores del Ministerio Público, Trabajadores de la Contraloría, algunos Municipios y Gobiernos Regionales.

La cooperativa brinda a los asociados productos financieros, los cuales se rigen bajo su Reglamento de Créditos vigente. Siendo sus principales productos:

Tabla 4
Listado de Productos Financieros

Tipo de Producto	Descripción del Producto
Presta Tumi	Dirigido a socios nuevos. Caracterizado por el otorgamiento de una tasa única preferencial hasta S/ 5,000.
Crédito Promocional	Dirigido a socios nuevos. Caracterizado por el otorgamiento de créditos hasta S/ 10,000.
Créditos Especial	Dirigido a los socios con más de 01 año en la cooperativa. Caracterizado por el otorgamiento de créditos por hasta S/30,000.
Créditos Ordinarios	Dirigido para todos los socios y la Producto dirigido a todos los socios. Caracterizado por poder solicitar hasta 3 veces su aporte a una tasa de Interés del 2.25%T.E.A
Créditos Cubiertos	Dirigido los socios de la cooperativa que deseen solicitar su crédito por un importe igual o menor a sus aportes.

Fuente: Elaboración propia obtenida del Reglamento de Créditos de la COOPAC 2017

1.1.6. Perfil del Socio

Se presenta la siguiente tabla, donde se visualiza el perfil del socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito analizada en la presente investigación.

Tabla 5
Perfil del Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito

DEMOGRÁFICO	Sexo:	Masculino y femenino
	Edad:	De 35-70
	Ingresos:	Entre 1,000 y 6,500
	Nivel de instrucción:	Profesional, Técnico, Secundaria.
GEOGRÁFICO	País	Perú
	Región	Lima
	Departamento	Lima
	Localidad	Jesús María
PSICOGRÁFICO	Personalidad	- Socios de la COOPAC trabajan en el sector Salud, Educación e Instituciones Públicas del Estado.
	Opiniones	- Los préstamos que solicitan son para consumo personal y/o educación.
	Intereses	- Los beneficios que solicitan son los orientados a educación para su perfil profesional.

Fuente: Elaboración Propia obtenida del Sistema transaccional y base de datos del resultado de la encuesta aplicada a los socios de la COOPAC.

1.2. Formulación del problema

La investigación a la Cooperativa de Ahorro y Crédito estudiada, busca establecer y optimizar el proceso actual de la atención de las quejas y reclamos, mediante la información brindada por las diferentes áreas que están relacionadas directamente con dicho proceso, obteniendo ordenamiento entre las actividades del proceso, con la finalidad de lograr optimizar la satisfacción en los socios en cuanto a al tiempo de atención a los requerimientos y solicitudes presentados.

La investigación está enfocada solo en el proceso que conlleva la atención a las quejas y reclamos presentada por los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, buscando dar respuesta al bajo nivel de respuesta operacional y finalmente busca alcanzar la satisfacción del socio con la calidad detallada de información brindada.

1.2.1. Problema General

¿La propuesta de la definición de una política y el diseño del proceso de atención de quejas y reclamos ayuda a mejorar la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 - 2017?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre la dimensión de calidad de atención y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 - 2017?
- ¿Qué relación existe entre la dimensión de tiempo de respuesta y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 - 2017?
- ¿Qué relación existe entre la dimensión de gestión y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 - 2017?
- ¿Qué relación existe entre la dimensión de información y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 - 2017?

- ¿Cuál es el manejo del proceso de atención de quejas y reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación Teórica

La presente investigación busca justificar en qué medida es posible proponer una política para mejorar el manejo del proceso de atención de quejas y reclamos para la reducción de los tiempos de respuesta a las quejas y reclamos presentados por los socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Con la finalidad de agilizar el proceso de atención de quejas y reclamos ante las múltiples quejas y renunciaciones de los socios a la Cooperativa de Ahorro y Crédito por estar insatisfecho con la atención recibida. Los resultados de la investigación permiten la toma de decisiones, mejora continua en el proceso y asimismo contar con el diseño de un procedimiento vigente y actualizado.

Por ello en el presente marco se propone investigar cuál sería el modelo del proceso de atención de quejas y reclamos aplicable a dicha Cooperativa de Ahorro y Crédito.

La información recopilada con la encuesta aplicada a los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito involucrados directamente en el manejo del proceso de atención de quejas y reclamos, justifica la propuesta y diseño del procedimiento de atención de quejas y reclamos. **(Véase Anexo 6)**

1.3.2. Justificación metodológica

La investigación utiliza métodos Analítico -Descriptivo. Con la investigación analítica se descomponen los elementos para ser observados en su naturaleza y causas, como de los efectos.

Se analiza mediante la observación de un hecho en específico. Este método permite conocer más del objeto de investigación, comprendiendo mejor su comportamiento.

1.3.3. Justificación social

La justificación social, permite ofrecer mejores tiempos de respuesta a las quejas y reclamos presentados por los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, evitando incomodidades, fastidio, malestar de los socios y/o usuarios al esperar por ser atendida su queja y/o reclamo.

1.4. Limitaciones de la investigación

La información de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, es limitada y de acceso restringida para personal no autorizado. El tiempo de elaboración para la aplicación del estudio es ajustado, puesto que se utilizan herramientas y mecanismos de gestión limitados a la información disponible con la que se cuenta, los mismos podrán ser mejorados contando con un calendario más amplio para su ejecución. La información que es trabajada con los colaboradores de las áreas involucradas al proceso de atención de quejas y reclamos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, es de acceso limitada por la desconfianza de los mismos, ya que muchos de los puntos críticos identifican cierta influencia operativa de los colaboradores.

1.5. Viabilidad de la investigación

Los aspectos que contribuyeron al estudio del presente trabajo de investigación se muestran a continuación:

1.5.1. Accesibilidad

Autorización y permiso de una Cooperativa de Ahorro y Crédito, ubicada en el distrito de Jesús María como referencia, quien sostendrá con documentación e información necesaria para llevar a cabo la investigación del presente proyecto.

1.5.2. Bibliografía

Se cuenta con la bibliografía adecuada para las referencias en la presente investigación.

1.5.3. Económico

La presente investigación cuenta con los recursos económicos necesarios para desarrollarla.

1.5.4. Potencial Humano

El personal de investigación de la presente investigación se encuentra con disponibilidad para desarrollar dicho trabajo, así mismo con el soporte de un asesor asignado para la presente.

1.5.5. Tiempo

La presente investigación se realiza en un tiempo de seis meses aproximadamente.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Al examinar distintas fuentes tanto físicas como virtuales en el ámbito nacional e internacional, se hallaron trabajos de investigación que guardan cierta relación con la investigación presente, los mismos que se toman como referencias por tener alcance en la atención al cliente y mejora de procesos; conforme se detalla a continuación:

2.1.2 Tesis Nacionales

- A. Chumpitazi A. Salcines V. (2011) en su tesis titulada: Desarrollo e Implementación del Módulo de Atención de Reclamos, de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Ingeniería, Lima-Perú.**

Para la tesis mencionada la directora es el cliente, por ello se mencionará de manera reiterada en el resumen.

El objetivo principal de la presente investigación es agilizar los reclamos presentados por la Directora, contando con un registro y control de los reclamos presentados. De esta manera pueda ingresar al Intranet de la Empresa y registrar su reclamo, minimizando la congestión en las líneas telefónicas del Call Center, dedicando mayor tiempo a la atención de los reclamos de clientes externos a la empresa. Asimismo, la Directora contaría con un reporte en línea para el seguimiento de su reclamo.

Dichos reclamos se presentan telefónicamente a través de Call Center. Se realizan las validaciones con el sistema comercial y finanzas para determinar si procede el reclamo efectuado, dicha comunicación se realiza mediante e-mails y llamadas, no manteniendo el registro de los reclamos presentados por solicitudes de reintegros al cliente. Cabe precisar que el proceso se desarrolla manualmente.

El desarrollo de este módulo en el presente trabajo de investigación representa cambios que dan valor a la comisión de cobros de las directoras de la empresa. En el cual se propone un nuevo proceso acompañado de la correcta gestión. El modulo se desarrolla en un óptimo tiempo y con un coste a beneficio de la empresa, además de planificar un mejor uso de los recursos. Con la Utilización de la herramienta de Gestión Project 2007, se permitirá diversificar los recursos adecuadamente y la guía del PMBOK manifestará pautas para poder organizar el proyecto.

Con ello se concluye que todo proceso necesita la implementación de lineamientos y políticas establecidos por las organizaciones como punto de partida para pasar a una segunda etapa la cual es sistematizar.

B. Calle L. (2013) en su tesis titulada: Desarrollo de una Solución para Automatizar los Procesos de Atención de Reclamos de una Entidad Financiera, Utilizando un Sistema de Gestión por Procesos de Negocio (BPMS) de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias e Ingeniería, Lima-Perú.

El objetivo principal de la presente investigación es implementar una solución para la automatización de los procesos en el alcance de la atención de reclamos de una entidad financiera, para lo cual en la se utiliza el BPMS (Sistema de Gestión por Procesos de Negocio) el cual tiene como finalidad el control y trazabilidad de los procesos para la obtención del reporte de productividad del área.

La presente investigación presenta la necesidad que tienen los trabajadores de la unidad de gestión de soluciones del Banco para acceder rápida y oportunamente a la información de los clientes, siendo necesaria para solucionar los reclamos que se presentan. Asimismo, dicha investigación se presenta como referente ya que, al presentarse la falta de un control de los límites de tiempo para poder brindar una respuesta a los clientes, se origina una latente a posibles sanciones con los entes supervisoras de las entidades financieras, puesto que se tiene conocimiento de que para los reclamos realizados por un cliente la SBS tiene ya establecido plazo máximo de respuesta hacia el cliente o usuario.

Dicho procedimiento se ejecuta de manera manual generando contrariedades como tiempo perdido en las consultas que realizan de la información en los distintos sistemas. Pues al no contar con tiempos establecidos para brindar una respuesta a los clientes, se llegan a exceder en los plazos regulatorios, lo cual en muchos casos concluyen en una demanda por parte del cliente.

Por lo tanto, la presente investigación consiste en analizar, diseñar e implementar un BPM para la automatización de los procesos de atención de reclamos del banco, usando un software de gestión de procesos. Nuevamente validamos en el presente proyecto la necesidad de contar con tiempos establecidos de atención en respuestas al cliente, como fuente primordial para la organización generando un buen nivel de satisfacción y evitando futuras sanciones por parte de las organizaciones reguladoras.

- C. Rocha L. (2015) en su tesis titulada: Implementación de un Sistema de Administración de Incidentes en Atención al Cliente para una Empresa de Telecomunicaciones de la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez”, Facultad de Ingenierías de Sistemas, Juliaca – Perú**

La presente investigación muestra dentro de su problemática la alta tasa de incidentes y las posibles soluciones a sus clientes (empresa de telecomunicaciones).

Asimismo, menciona que toda empresa tiene garantizado el éxito enfocándose en la competitividad y diferenciación, pero ello es sólo es validado por el cliente. Es ahí donde se enfoca y menciona lo importante que es brindar buen servicio al cliente siendo una de las herramientas más poderosas y más agotadas por las empresas para poder marcar la diferencia entre las demás y así contar con una ventaja competitiva.

La presente investigación realizará el análisis de los modelos teóricos que existentes, con la finalidad de plantear uno ajustado a la medida de las necesidades y características que busca la empresa de telecomunicaciones. Por lo expuesto aplica la investigación causal y pre-experimental.

Como conclusión se menciona que toda empresa bajo el rubro telecomunicaciones es regulada por un ente, por ello se ve conveniente monitorear de manera eficaz el tiempo que de la respuesta y atención de los casos que presentan los clientes. Ello refuerza más aun la presente investigación puesto que el autor sustenta la importancia de tiempos de respuesta al cliente.

2.1.3 Tesis Internacionales

- A. Narváez M. (2012) en su tesis titulada: Plan de Mejoramiento Calidad de Servicio Banco de Bogotá en la Universidad del Quindío, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Pereira – Colombia.**

La presente investigación tiene el objetivo de elaborar un plan de mejora enfocado a la calidad del servicio brindado al cliente en el Banco de Bogotá en la ciudad mencionada de Pereira Risaralda. Para conocer los hábitos, circunstancias, prácticas, y cualidades que predominaran la descripción de los procesos, actividades, personas y objetos se aplica el estudio descriptivo.

En el transcurso de la investigación se obtiene como conclusión principal la satisfacción del cliente, por lo tanto se ha realizado una investigación en la que se determina la mejor estrategia para llevar a cabo los procedimientos y procesos de la respuesta y atención en el alcance de las quejas y reclamos presentados por los clientes, de esta forma fortalecer el servicio en los tiempos de respuesta garantizando la satisfacción de los usuarios y al mismo tiempo optimizar los recursos en los procesos operativos y comerciales de la organización.

La presente investigación busca determinar la viabilidad de crear un cargo o departamento que se encargue de atender todas las inquietudes y sugerencias de los clientes, determinando si tal idea es viable para

brindar así una atención personalizada y tener en cuenta que muchos usuarios conocen las herramientas ofrecidas por el banco como la servilínea, internet, pero prefieren buscar asesoría personalizada en la oficina más cercana y que ofrezcan sus productos o servicios. Asimismo, recomienda contar con un área de atención al cliente especializado para mayor agilidad y efectividad evitando reprocesos.

La investigación aplicada es la inductiva, puesto que realiza la investigación observando, registrando todos los hechos, analizándolo y clasificándolos, conociendo toda la organización, su estructura, su equipo de trabajo; con la finalidad de establecer los objetivos y determinar el problema y posible solución.

B. Muñoz, Katherine «Desarrollo de un Sistema de Gestión de Reclamaciones, fundamentados en la Norma ISO 10002:2004. Caso de Estudio: Policlínica Maturín, S.A.», N° 4, 2011. pp.3-5, Medellín, Colombia

La presente investigación tiene por objetivo el desarrollo de la gestión de los reclamos que se presentan en la empresa de salud Policlínica Maturín S.A, teniendo como finalidad la mejora de las relaciones para con sus clientes, garantizando una mejora gradual en los servicios que brindan.

Una vez realizada la investigación, se establece el proceso actual que sigue la gestión de reclamos de la empresa de salud Policlínica Maturín

S.A, observando las distintas deficiencias presentadas en el manejo de las quejas, no brindándole respuesta a los pacientes sobre su queja presentada y aumento de la inconformidad del paciente respecto al servicio brindado por parte de la clínica. Asimismo, no se lleva un registro correcto de las quejas y reclamos que se emiten, conduciendo a que se presenten mayor número de quejas y reclamos relacionados a los servicios prestados en la clínica. Estando la situación asociada a la manera cómo se gestionan, obteniendo como conclusión, que no se realiza un seguimiento cierto respecto a las soluciones que brindan los dueños de los procesos, quienes son los generadores de las quejas presentadas.

Como base teórica se aplica la norma ISO 10002:20004, para ello es necesario identificar los requisitos que la rigen, ayudando como primera pauta para la organización en el proceso de las quejas.

Aplica la Metodología PDCA (Plan, Do, Check, Act). La cual está basada en la observación del proceso actual entrando en contacto con la situación actual para poder describirla y encontrar la problemática antes de presentar una propuesta de mejora.

2.2 Bases teóricas

Se cuenta con la descripción de las COOPAC en América Latina, funcionamiento y teorías relacionadas con la aplicación en la presente investigación:

2.2.2 Las COOPAC en América Latina

WOCCU (2017) menciona que

El Consejo Mundial promueve el crecimiento sustentable de las cooperativas de ahorro y crédito realiza esfuerzos de defensa activa en representación del sistema global de las cooperativas de ahorro y crédito ante organizaciones internacionales, así como con gobiernos nacionales para mejorar la legislación y la regulación.

Según el Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito (WOCCU, por sus siglas en inglés), se tiene las siguientes ideas principales sobre las COOPAC:

- Son cooperativas financieras democráticas propiedad de los socios;
- Existen para atender a sus socios y comunidades; y
- Son lugares seguros, prácticos, que permiten el acceso a servicios financieros accesibles.

WOCCU (2017)

Las cooperativas peruanas de este tipo forman parte del sistema internacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito, que incluye a 103 países con más de 57 mil COOPAC, y agrupan a más de 217 millones de asociados en todo el mundo.

2.2.3 Funcionamiento de las Cooperativas en el Perú

FENACREP (2014) menciona que

Las COOPAC son instituciones solidarias de propiedad de los miembros, quienes dirigen las políticas internas y se benefician con los diversos servicios financieros (ahorro y créditos) y de previsión social. Estas organizaciones han sido creadas o solo existen para servir a sus asociados (p.3).

FENACREP (2014) expone que

En el Perú, la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (FENACREP) supervisa a las 164 COOPAC en las 24 regiones del país, y mantiene afiliadas a 96 de estas cooperativas. Así también, asume las funciones de representación, defensa, educación cooperativa, asistencia técnica y capacitación (p.3).

Las cooperativas son reguladas por:

- **La Superintendencia de Banca y Seguros (SBS):**

Cano Riva & Vilca Tipacti (2017) mencionan que

La SBS fue creada el 23 de mayo de 1931 con el nombre de Superintendencia de bancos con la finalidad de controlar y supervisar los bancos, conformada en ese entonces por 16 instituciones financieras acostumbradas a la autorregulación. Se fue expandiendo progresivamente en 1936 se incluyeron las compañías de capitalización y aseguradoras. Luego también controlaba el cobro de intereses y se incluyeron las empresas financieras y a las mutuales de vivienda. En 1972 se incluyó a las cajas de ahorro y préstamo para vivienda, 1978 las cooperativas de ahorro y crédito y cooperativas de seguros (p.15).

Cano Riva & Vilca Tipacti (2017) mencionan también que

En 1979 fue incluida en la Constitución y en 1981 dicto su primera Ley Orgánica de la Ley de Bancos, considerándose a la SBS como una institución pública con personería jurídica de derecho público y con autonomía respecto del Ministerio de Economía y Finanzas. En el año 2000 se incorporó a las AFP, cambiando su nombre a “Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones”. En el 2007 se incorporó la función de prevenir y detectar el lavado de activos y financiamiento del terrorismo (p.15).

• **La Federación Nacional de Cooperativas (FENACREP):**

FENACREP (2016) se define como “organización de integración cooperativa, fundada el 10 de abril de 1959, que realiza actividades de representación, defensa, educación, asistencia técnica a las cooperativas y, desde 1993, supervisa a las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (COOPAC).”

FENACREP (2016) se encuentra “bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), conforme al numeral 6 de la Vigésimo Cuarta Disposición Final y Complementaria de la Ley N° 26702.”

Congreso de La Republica (2008)

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito no autorizadas a captar recursos del público tienen las siguientes características:

- a) Tienen capital variable en función del importe de las aportaciones de los cooperativistas;
- b) Sólo pueden captar recursos de sus socios cooperativistas;
- c) Sólo pueden otorgar crédito a sus socios cooperativistas;
- d) No podrán ser autorizadas a captar recursos del público;
- e) Los depósitos de los cooperativistas no se encuentran incluidos dentro del sistema del Fondo de Seguro de Depósitos a que se refiere la presente ley;

- f) Se rigen por la Ley General de Cooperativas y disposiciones complementarias y modificatorias.

2.2.4 Queja

INDECOPI (2010) define que

La queja es la manifestación que un consumidor realiza al proveedor a través de una Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una disconformidad que no se encuentra relacionada a los bienes expendidos o suministrados o a los servicios prestados; o, expresa el malestar o descontento del consumidor respecto a la atención al público, sin que tenga por finalidad la obtención de un pronunciamiento por parte del proveedor. La queja tampoco constituye una denuncia y, en consecuencia, no inicia el procedimiento administrativo sancionador por infracción a la normativa de protección al consumidor.

2.2.5 Reclamo

INDECOPI (2010) define que

El reclamo es la manifestación que un consumidor realiza al proveedor a través de una Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una disconformidad relacionada a los bienes expendidos o suministrados o a los servicios prestados. La reclamación no constituye una

denuncia y, en consecuencia, no inicia el procedimiento administrativo sancionador por infracción a la normativa sobre protección al consumidor.

INDECOPI (2010) menciona que

El consumidor presenta un reclamo cuando no está conforme con los bienes adquiridos o servicios prestados, mientras que la queja expresa su malestar respecto de algún tema que no tenga que ver directamente con el giro del negocio, como, por ejemplo, la mala atención.

2.2.6 Teorías relacionadas

Luego de haber realizado la investigación de fuentes de información primaria y secundaria relacionadas a la atención de quejas y reclamos para ser atendidas en el menor tiempo posible enfocando la satisfacción general del socio en una cooperativa de ahorro y crédito. A continuación, se señalan dichas bases:

A. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROCESOS

Zaratiegui (1999) Refiere que “los procesos son posiblemente el elemento más importante y más extendido en la gestión de las empresas innovadoras, especialmente de las que basan su sistema de gestión en la Calidad Total” (p.81).

Asimismo, Zaratiegui (1999), indica que “las empresas y/u organizaciones son tan eficientes como lo son sus procesos” (p.83). Por tal motivo las instituciones, tomando conocimiento de ello, transforman su visión de trabajo, hacia el enfoque del concepto de proceso, orientándose por el logro de la satisfacción del cliente.

Es por tal razón, que las instituciones que desean satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, están optando por adaptarse a estructuras organizacionales enfocadas al cambio, realizando una gestión estratégica de sus procesos establecidos, permitiendo así una adaptación a los diferentes entornos que se les presenten en el camino a la transformación.

Con lo citado en los anteriores párrafos, se comprende qué el enfoque basado en Procesos es un factor muy importante que toda institución debe de considerar dentro de su gestión.

a) Gestión por procesos

Escudero (2013) nos indica que “el propósito final de la Gestión por procesos es asegurar que todos los procesos de una organización se desarrollen de forma coordinada, mejorando la efectividad y la satisfacción de todas las partes interesadas” (p.240).

Según la Norma ISO (2015), “la Gestión por Procesos se basa en la modelización de los sistemas como un conjunto de procesos interrelacionados mediante vínculos de causa-efecto” y el enfoque basado en Procesos consiste en “la Identificación y Gestión Sistemática de los procesos desarrollados en la organización y en particular en la interacción de los mismos” (p.8). Ambos conceptos están ampliamente relacionados por lo que se deben trabajar en conjunto.

Asimismo, la Norma ISO (2015), especifica en su apartado 4.4.1 que “La organización debe determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de calidad y su aplicación a través de la organización” (p.6). En el apartado 4.4.1 b) asimismo precisa “determinar la secuencia e interacción de estos procesos” (p.6). A continuación, en la figura 7 se muestra la representación gráfica de la Gestión por Procesos.

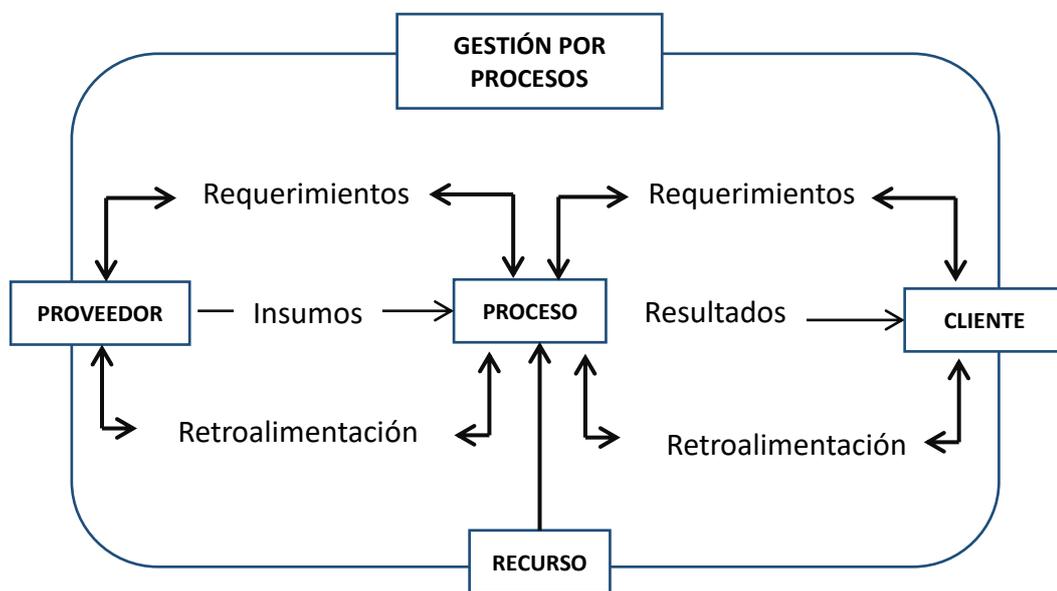


Figura 7 Representación Gráfica de la Gestión por Procesos
 Fuente: Elaboración Propia obtenida de Harrington H. (1995)

Con la información recogida, se define qué Gestión por Procesos es la mejor herramienta para evaluar a la totalidad de la institución, considerando a los procesos como base de análisis a realizar, visualizando su secuencia de tareas y actividades que generan valor sobre su elemento de entrada, cumpliendo con las necesidades del cliente interno o externo.

Para ello es necesario conocer los conceptos de la gestión por procesos que se exponen a continuación:

- PROCESO

Según Pérez (2010) un proceso es “una secuencia ordenada de actividades repetitivas cuyo producto tiene valor intrínseco para su usuario o cliente” (p. 51).

La Norma ISO (2015) indica que un proceso es “un conjunto de actividades mutuamente relacionadas que utilizan las entradas para proporcionar un resultado previsto” (p.15).

Los procesos van a representar la gestión de la organización en el alcance de la atención a sus clientes. Muchas organizaciones no toman importancia a los procesos propios, no controlándolos, no tomándolos en cuenta o segmentándolos originando así un bajo rendimiento para la organización.

- ELEMENTOS Y FACTORES DE UN PROCESO

Según lo expuesto por Pérez (2010); todos los procesos cuentan con tres (03) elementos: las entradas o los inputs, secuencia de actividades y las salidas o los outputs.

Pérez (2010) Menciona que un input se presenta de dos formas como insumo o como recurso.

A partir de lo anterior, se indica que los inputs o entradas son de dos tipos: recursos o insumos. Los insumos vienen a ser los bienes materiales que son procesados para tener un output (salida). Mientras que los recursos son los que van a permitir la realización de las actividades dentro de los procesos, pudiendo ser financieros, infraestructura, humanos, entre otros.

Pérez (2010) menciona que “la secuencia de actividades son el conjunto de tareas y/u operaciones que tienen una secuencia, valga la redundancia, y se encuentran interrelacionadas, las cuales permiten transformar elementos de entrada (inputs) en salidas (outputs)” (p.51).

Por otro lado, los outputs (salidas) vana a formar parte del resultado de la secuencia de actividades, pudiendo ser servicios prestados o bins materiales.

Asimismo, Pérez (2010) afirma que “el output o producto final debe contar con un valor intrínseco, que sea medible para el cliente final” (p.51).

Pérez (2010), expone que:

Son cinco (05) los factores que se toman en cuenta en los procesos:

Personas: Es todo recurso humano empleado o que interviene en los procesos, tanto administrativos como operativos, de la organización.

Materiales: Son todos los componentes, que pueden ser o no identificables en el producto final, pero que son indispensables para el mismo, ya que incluyen las entradas a ser transformadas, partes en proceso e información para su uso correcto.

Recursos Físicos: Incluye las instalaciones, equipos, herramientas, software y hardware necesarios para la ejecución de los procesos.

Métodos: Incluye procedimientos de trabajo, instrucciones, normas y políticas aplicadas para la ejecución de los procesos de la organización.

Medio ambiente: Es el entorno y características físicas en las que se da el proceso.

B. ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO

Trejo Medina (2017) define la administración del tiempo como “uno de los recursos más apreciados. No obstante, se trata de un bien que no se puede ahorrar, sino que pasa, no retrocede y es imposible de recuperar. Si se malgasta, se derrocha algo muy valioso” (p.44).

Según Martínez Guillén (2013); “el tiempo es perecedero, es un recurso escaso, totalmente inelástico, no es almacenable ni se puede guardar, es el recurso más valioso que poseemos” (p.79).

Martínez Guillén (2013) define que toda persona al desempeñar las tareas que implican responsabilidad, es consciente que, en ocasiones, les puede hacer perder cierta fracción de tiempo del que probablemente no disponen, lo que conlleva a no realizar las tareas diarias con eficacia desviando sus principales objetivos. Partiendo de un análisis actual en las empresas, los empleados son conscientes de que deben de cumplir sus funciones y responsabilidades con mayor eficacia y evitar las redistribuciones de

funciones que luego puedan conllevar a la reestructuración de la empresa, salvaguardando sus puestos de trabajo.

Martínez Guillén (2013) expone que

La prolongación de la jornada de trabajo no es directamente proporcional a producir más que en una jornada normal. El secreto es aprovechar bien el tiempo en cada momento. Y para rendir más y mejor es preciso conseguir un equilibrio entre el trabajo y la vida personal (p.79).

Trejo Medina (2017) menciona que

Para aprender a valorar el tiempo y a planificar tanto a corto como a mediano plazo se necesita: Identificar metas, objetivos, prioridades; conocer las prácticas habituales en cuanto a la organización y planificación del tiempo; conocer el ciclo vital del trabajo y adaptar la planificación del tiempo; seleccionar las estrategias más idóneas para alcanzar las metas, los objetivos y las prioridades (p.44).

a) Percepción del Cliente sobre el Tiempo de Espera

Las percepciones que pueden tener los clientes sobre cuánto están esperando, no siempre guarda relación con el tiempo real que transcurre en la situación presentada, el tiempo de espera para un cliente siempre va a ser subjetivo e incluso completamente diferente para los que ofrecen el producto o servicio, teniendo en cuenta ello se resalta las siguientes investigaciones:

Lo que mencionan tanto Díaz (2011) y Barboza & Rojas (1995) asegurando que la percepción del cliente nace por distintas razones; desde el ambiente en el cual se encuentra el cliente, la conciencia que este mantenga en el tiempo de espera y el estado de ánimo con el que se encuentre el cliente en el preciso momento de la espera.

La percepción del cliente puede presentar impactos negativos o positivos conforme a lo que pueda haber percibido y valorado en el momento, lo que a consecuencia podría desencadenar un malestar colectivo en los demás clientes, es por esta razón que se debe de evitar el disgusto de un cliente.

Hay que considerar que todo tiempo que genere incomodidad, fastidio para el cliente es simplemente tiempo perdido que malgasto dentro de una empresa en la cual compro algún bien y/o servicio lo cual no le generó ningún beneficio, esto sostiene Barboza R. & Rojas A. (1995)

Barbosa & Rojas (1995) Expone que

Lo subjetivo se refiere a una toma de decisión, es decir, se hace un análisis particular por parte de un tomador de decisiones con base en sus creencias, experiencias y conocimientos, pero con muy poca cuantificación del problema. Es decir, se confía en el «olfato» del personaje para este tipo de problemas. Esta visión de la subjetividad es diferente de la propuesta en el análisis que se hace más adelante de la

subjetividad de quienes interactúan en el servicio, como parte de un todo, para evaluar su eficiencia y calidad (p.74).

b) Eficiencia laboral

Tamames (1989) citado por Fernández-Ríos & C. Sánchez (1997), definen la eficiencia como la capacidad que posee la persona para cumplir los objetivos con un mínimo de recursos.

Arquímedes (2002) citado por Cano Riva & Vilca Tipacti (2017) nos muestran

La eficiencia con la relación producto/insumo, con esto se refiere a la cantidad de cosas obtenidas usando una cantidad determinada de un recurso. Por ejemplo, cuando ese recurso es el “tiempo” la eficiencia de una maquina se va a poder ver dependiendo de cuantas piezas por minuto realice. Lo mismo sucede con las personas en que tan bien realizan su trabajo usando la menor cantidad de los recursos de la empresa (p.22).

Cano Riva & Vilca Tipacti (2017) asimismo mencionan que

No debemos caer en error confundiendo la eficiencia con ocupación, pensando que si mientras más ocupada está una persona es más eficiente y por el contrario si no parece ocupada es ineficiente; y no es así, una persona puede estar muy atareada con diversas cosas y a pesar de eso puede estar haciendo mal uso del recurso del “tiempo” desperdiciándolo.

Por lo expuesto se puede mencionar que cuando una organización cuenta con una atención eficiente de sus recursos operativos la capacidad de la reducción de los tiempos de espera de la atención es más óptima.

Pero esto se debe a si existe un equilibrio en la cantidad de dichos recursos con respecto a la afluencia de clientes y los tiempos promedios de llegada, los cuales si se generara un desequilibrio en estas dos variables haría que se generen largas colas de espera y perspectivas de ineficiencia en la atención operativa como desinterés, colaboradores que no “jalan” (atención a la cola), que conversan entre ellos o que se paran donde su jefe para evitar prestar dicha atención. Barbosa & Rojas (1995).

Gómez Jiménez (2008) expone que

Desde el punto de vista de un modelo de espera o cola, una situación de línea de espera se genera de la manera siguiente: cuando el cliente llega a la agencia se forma en una línea de espera o cola; el promotor elige a una de las personas que esperan para comenzar a prestar el servicio (sistema primero en llegar, primero en salir). Al culminar un servicio, se repite el proceso de llamar a un nuevo usuario (que espera en la fila). Se supone que no se pierde tiempo entre el momento en que un cliente ya atendido sale de la instalación y la recepción de uno nuevo de la línea de espera (p.59).

C. EL MÉTODO O DIAGRAMA DE ISHIKAWA:

Gutiérrez (2010) escribe una reseña de Kaouro Ishikawa el teórico del control total de calidad en la cual expone que

Nació en Japón en 1915, se graduó de Ingeniería en la Universidad de Tokio. Obtuvo el doctorado también en Ingeniería en la misma institución y fue promovido a profesor en 1960. Fue acreedor al premio Deming y a un reconocimiento de la Asociación Americana de la Calidad (American Association for Quality, ASQ). Desempeñó un papel relevante en el movimiento por la calidad en Japón debido a sus actividades de promoción y a su aporte de ideas innovadoras para la calidad. Se le reconoce como uno de los creadores de los círculos de calidad en Japón (grupos de personas de una misma área de trabajo que se dedican a generar mejoras). El diagrama de causa-efecto también se denomina diagrama de Ishikawa, debido a que fue él quien lo empezó a usar en forma sistemática (p.48).

Gutiérrez (2010) expone además que

En su libro ¿Qué es el control total de calidad? sintetiza sus ideas principales y experiencias sobre la calidad. Por ejemplo, señala que el Control Total de Calidad (CTC) es una nueva filosofía de administración que se debe convertir en uno de los principales objetivos de la compañía, y para ello se deben fijar metas a largo plazo y anteponer a la

calidad en todas las decisiones, empezando por el área de compras. Al ser el CTC una nueva filosofía de administración, menciona que la alta administración debe liderar los esfuerzos de mejora y que esto debe ser complementado con el papel fundamental de las gerencias medias. Asimismo, hace especial énfasis en cómo el CTC sólo es posible cuando la gerencia se compromete con el proceso y todo el personal se responsabiliza del autocontrol (p.48).

Asimismo, Gutiérrez (2010) planteó un argumento muy importante que deben de tener en cuenta personal de la alta dirección en las organizaciones

Las gerencias no deben conformarse con las mejoras en la calidad del producto sino insistir para que éstas siempre vayan “un paso adelante”. También destaca que el CTC es una responsabilidad de todas las personas y áreas de la empresa; es una labor de grupo que debe orientarse a eliminar las causas de la mala calidad, no los síntomas. Además, la calidad debe incorporarse en el diseño del producto (p.48).

Gutiérrez (2010) menciona que el control total de la calidad “es acción y conocimiento que debe traducirse en resultados, de lo contrario no es CTC. Para ello, es indispensable la capacitación en esta área para todos los miembros de la empresa, desde los trabajadores hasta el presidente (p.49).

Gutiérrez (2010) describe que

Ishikawa describe el papel clave que juegan las siete herramientas básicas para la calidad, al ayudar a controlar el proceso y a orientar en la búsqueda de causas para realizar mejoras. Al tener éxito con el CTC, aumentan las utilidades de la empresa y se mejoran las relaciones humanas y de trabajo. En suma, el CTC logra una organización superior con una mejor posición competitiva en el mercado (p.49).

Como bien menciona Gutiérrez el diagrama de Ishikawa, es la herramienta adecuada para el análisis de problemas, causas y posibles soluciones. Asimismo, analiza los diferentes tipos de diagramas de procesos, tales como”:

Diagrama de causa-efecto

Gutiérrez (2010) menciona que

Una vez que queda bien definido, delimitado y localizado dónde se presenta un problema importante, es momento de investigar sus causas. Una herramienta de especial utilidad para esta búsqueda es el diagrama de causa-efecto o diagrama de Ishikawa: un método gráfico mediante el cual se representa y analiza la relación entre un efecto (problema) y sus posibles causas (p.193).

Asimismo, Gutiérrez (2010) expone las ventajas que se tiene con la aplicación del diagrama de Ishikawa

- Hacer un diagrama de Ishikawa (DI) es un aprendizaje en sí (se logra conocer más el proceso o la situación).
- Motiva la participación y el trabajo en equipo, y les sirve de guía para la discusión.
- Las causas del problema se buscan activamente y los resultados quedan plasmados en el diagrama.
- Muestra el nivel de conocimientos técnicos que se han logrado sobre el proceso.
- Señala todas las posibles causas de un problema y cómo se relacionan entre sí, con lo cual la solución se vuelve un reto y se motiva así el trabajo por la calidad.
- Puede aplicarse secuencialmente para llegar a las causas de fondo de un problema (p.193). (Véase Figura 8)

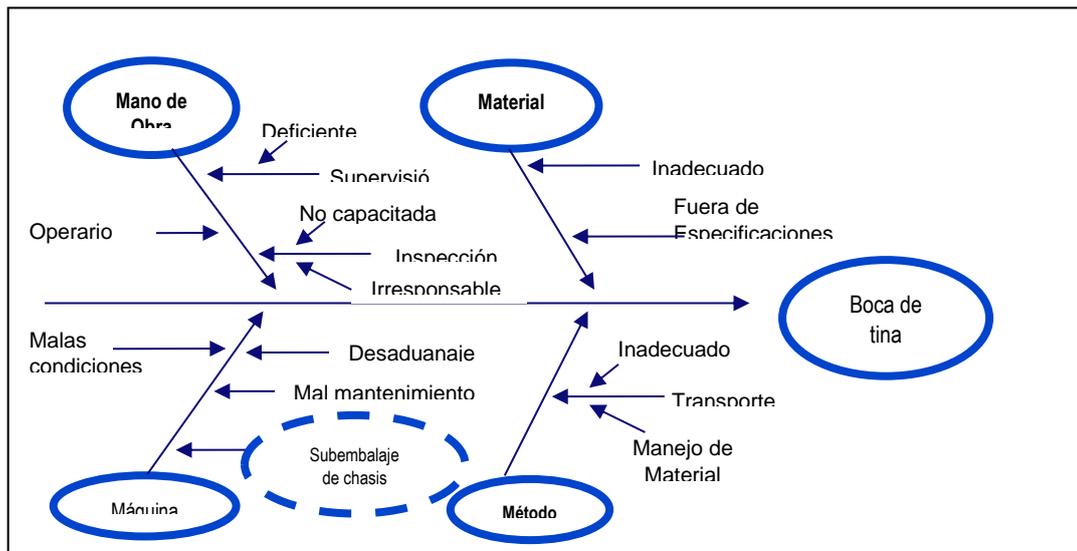


Figura 8 Diagrama de Causa-Efecto para Boca de Tina Ovalada, y Relación con el Diagrama de Pareto

Fuente: Elaboración propia obtenida de Gutiérrez (2010- p.193)

Método de flujo del proceso

Gutiérrez (2010) define al flujo del proceso como

Método que permite explorar varias formas alternativas de trabajo, como por ejemplo detectar cuellos de botella, descubrir posibles problemas ocultos, etc. Algunas de las ventajas y desventajas del diagrama de Ishikawa, construido según el flujo del proceso, se ven a continuación (p.196). (Véase Figura 9)

Para la elaboración del flujo del proceso se debe de seguir la secuencia normal del proceso en el que se da el problema a analizar, anotando las principales etapas y los posibles factores que puedan influir en el origen del problema. (Gutiérrez, 2010)

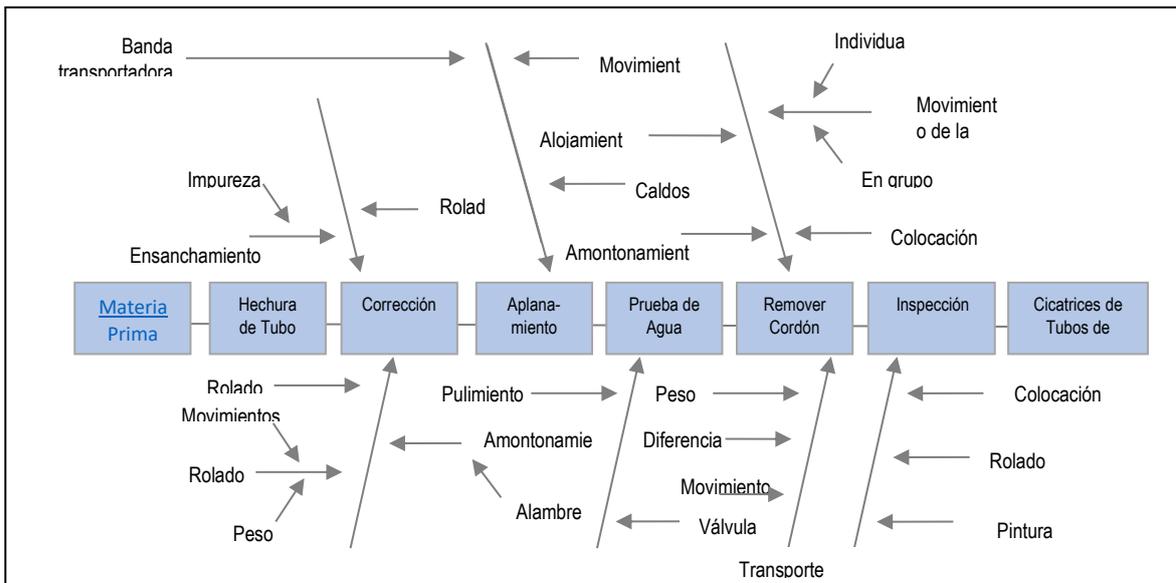


Figura 9 Diagrama de Ishikawa del Tipo Flujo del Proceso

Fuente: Elaboración Propia obtenida de Gutiérrez (2010- p. 196)

Sin embargo, se pueden obtener con este Diagrama del tipo Flujo del proceso tanto ventajas como desventajas:

Ventajas

- Obliga a preparar el diagrama de flujo del proceso.
- Se considera al proceso completo como una causa potencial del problema.
- Identificar procedimientos alternativos de trabajo.
- Se pueden llegar a descubrir otros problemas no considerados inicialmente.
- Permite que las personas que desconocen el proceso se familiaricen con él, lo que facilita su uso.
- Puede emplearse para predecir problemas del proceso, poniendo especial atención a las fuentes de variabilidad.

Desventajas

- Es fácil no detectar las causas potenciales, puesto que la gente suele estar muy familiarizada con el proceso y le parece todo normal.

- Es difícil usarlo por mucho tiempo, sobre todo en procesos complejos.
- Algunas causas potenciales pueden aparecer muchas veces.

(Gutiérrez, 2010 - p.196).

Método de estratificación o enumeración de causas

Gutiérrez (2010) expone que

La construcción mediante el método de estratificación va directo a las principales causas potenciales, sin agrupar de acuerdo con las 6M. La selección de estas causas muchas veces se hace a través de una sesión de lluvia de ideas. Con el propósito de atacar causas reales y no consecuencias o reflejos, es importante preguntarse varias veces el porqué del problema, con lo que se profundiza en la búsqueda de las causas, y la construcción del diagrama de Ishikawa parte de este análisis previo, con lo que el abanico de búsqueda es más reducido (p.197).

(Véase figura 10)

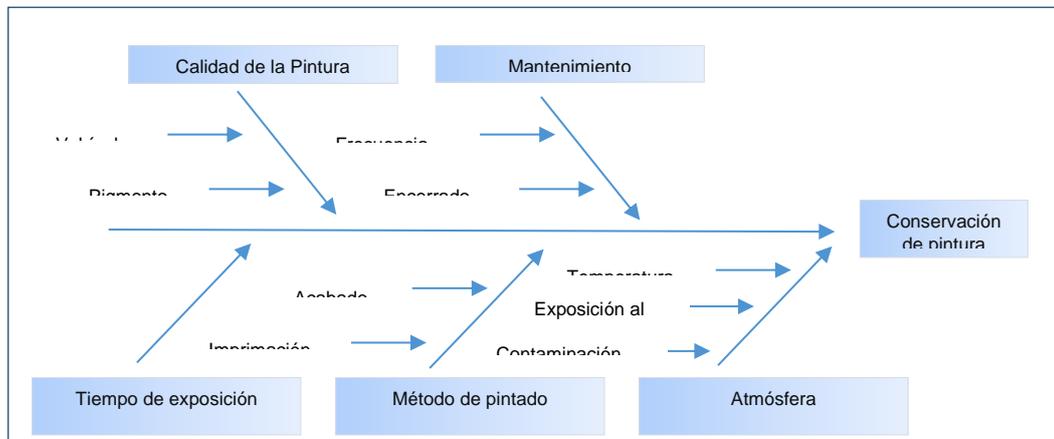


Figura 10 Diagrama de Ishikawa del Tipo Enumeración de Causas para Conservación de Pintura de Un Automóvil

Fuente: Elaboración Propia extraído de Gutiérrez (2010 - p.197)

Gutiérrez (2010) expone que

El método de estratificación contrasta con el método 6M, ya que en éste se va de lo general a lo particular, mientras que en el primero se va directamente a las causas potenciales del problema. He aquí algunas de las ventajas y desventajas del método de estratificación para construir un diagrama de Ishikawa (p.197).

Asimismo, Gutiérrez (2010) expone

Ventajas

- Proporciona un agrupamiento claro de las causas potenciales del problema, lo que permite centrarse directamente en el análisis del mismo.
- Este diagrama es, por lo general, menos complejo que los obtenidos mediante los otros procedimientos.

Desventajas

- Se pueden dejar de contemplar algunas causas potenciales importantes.
- Puede ser complicado definir subdivisiones principales.
- Se requiere un mayor conocimiento del producto o el proceso (p. 198).

D. EL CICLO PHVA:

El ciclo PHVA describe particularmente la planeación, la toma de decisiones, el trabajo en equipo, en base a los elementos esenciales en la productividad y sobre todo calidad. Por ello se revisa el Ciclo como referencia a un procedimiento a seguir en la solución de quejas y reclamos de una cooperativa de ahorro y crédito.

Gutiérrez (2010) expone que

El ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar) es de gran utilidad para estructurar y ejecutar proyectos de mejora de la calidad y la productividad en cualquier nivel jerárquico en una organización. En este ciclo, también conocido como el ciclo de Shewhart, Deming o el ciclo de la calidad, se desarrolla de manera objetiva y profunda un plan (planear), éste se aplica en pequeña escala o sobre una base de ensayo (hacer), se evalúa si se obtuvieron los resultados esperados (verificar) y, de acuerdo con lo anterior, se actúa en consecuencia (actuar), ya sea generalizando el plan —si dio resultado— y tomando medidas preventivas para que la mejora no sea reversible, o reestructurando el plan debido a que los resultados no fueron satisfactorios, con lo que se vuelve a iniciar el ciclo (p.120).

El Ciclo PHVA nos muestra a continuación:

Ocho pasos en la solución de un problema

Gutiérrez (2010) expone que

Quando un equipo se reúne con el propósito de ejecutar un proyecto para resolver un problema importante y recurrente, antes de proponer soluciones y aventurar acciones se debe contar con información y seguir un método que incremente la probabilidad de éxito. De esta manera, la planeación, el análisis y la reflexión se harán un hábito y gracias a ello se reducirán las acciones por reacción. En este sentido se propone que los equipos de mejora siempre sigan el ciclo PHVA junto con los ocho pasos que a continuación se describen y que se sintetizan en la tabla 6 (p. 120).

Tabla 6
Ciclo PHVA y 8 Pasos en la Solución de un Problema

Etapa del ciclo	Paso núm.	Nombre del Plazo	Posibles técnicas a usar
Planear	1	Definir y analizar la magnitud del problema	Pareto, h. de verificación, histograma, c. de control
	2	Buscar todas las posibles causas	Observar el problema, lluvia de ideas, diagrama de Ishikawa
	3	Investigar cual es la causa más importante	Pareto, estratificación, d. dispersión, d. de Ishikawa
	4	Considerar las medidas remedio	Por qué...necesidad Qué...objetivo Dónde...lugar Cuánto...tiempo y costo Cómo...plan
Hacer	5	Poner en práctica las medidas remedio	Seguir el plan elaborado en el paso anterior e involucrar a los afectados
Verificar	6	Revisar los resultados obtenidos	Histograma, Pareto, c. de control, h. de verificación
Actuar	7	Prevenir la recurrencia del problema	Estandarización, inspección, supervisión, h. de verificación, cartas de control
	8	Conclusión	Revisar y documentar el procedimiento seguido y planear el trabajo futuro

Fuente: Elaboración Propia obtenida de Gutiérrez (2010- p. 120)

E. METODO KAIZEN: MEJORA CONTINUA

Suárez-Barraza (2008) expone que

La primera óptica de la definición del Kaizen se basa entonces en sustentar su presencia, como un elemento organizacional en la que la participación de los empleados impacta directamente en la mejora de los procesos de trabajo (p.288).

Asimismo Suárez-Barraza (2008) precisa que

Para los japoneses, la palabra Kaizen se asume como un símbolo a los problemas y luchas de cada día, y del modo en el que los empleados se enfrentan a todo ello. De hecho, en ocasiones el Kaizen ha sido visto como una fuerza ética (interna que se encuentra en uno mismo) de cada trabajador, que es capaz de resolver problemas en el día a día, plenamente convencido y de manera voluntaria (p.288).

También define Juárez Gómez (2009) a Kaisen como

Un sistema de mejora continua e integral que comprende todos los elementos, componentes, procesos, actividades, productos e individuos de una organización. No importa a qué actividad se dedique la organización, si es privada o pública, o si persigue o no beneficios económicos, siempre debe mejorar su producto o servicio de tal forma que satisfaga la mayor cantidad de objetivos posibles. Mucho más es necesaria la mejora continua cuando se trata de actividades plenamente competitivas, se trate de lo económico, de lo deportivo, o de cualquier otro orden (p.13).

Los Diez principios de Kaisen son definidos según García Alcaraz (2014) como

1. Enfoque en el cliente Uno de los objetivos más importantes de la cultura Kaizen es la satisfacción total del cliente.
2. Realizar mejoras continuamente Para el Kaizen no hay descanso: una vez finalizada una tarea exitosamente la concentración se enfoca a mejorar esa misma tarea.
3. Reconocer abiertamente los problemas El tener presente que es importante mantener una comunicación abierta dentro de la organización en la cual se traten temas como por ejemplo los desaciertos o problemas que pueden ocurrir dentro de las misma, en donde queda claro que no hay culpables sino procesos por mejorar o problemas por solucionar, y en la cual no se buscan responsables sino las fallas en sí, permite que las personas admitan sus errores, sus debilidades y porque no que soliciten apoyo.
4. Promover la apertura Los rasgos característicos de una compañía Kaizen son básicamente el compartir, comunicarse ínter funcionalmente, y un liderazgo visible, por lo que la territorialidad, la apropiación y las barreras funcionales no encajan dentro de la filosofía Kaizen.
5. Crear equipos de trabajo El trabajo en equipo juega un papel muy importante, ya que —los equipos constituyen los ladrillos de la estructura corporativa dentro de las organizaciones Kaizen.

6. Manejar proyectos a través de equipos íter funcionales Al trabajar en proyectos dentro de la organización, es necesario contar con la participación de todas las dependencias e incluso con recursos externos a la compañía como son los proveedores y el cliente, con el fin de obtener diferentes puntos de vista, colaboración y recursos que contribuyan al desarrollo de los mismos.

7. Alentar los procesos apropiados de relaciones Las organizaciones Kaizen son conscientes de que, si invierten en el entrenamiento de su gente en cuanto habilidades interpersonales, en especial en los gerentes y líderes quienes son los responsables de la armonía de la compañía, lograrán obtener no solo procesos sólidos, y la realización de los empleados sino también obtendrán los resultados esperados en cuanto al logro de las metas financieras.

8. Desarrollar la autodisciplina Este es un elemento muy importante para cada uno de los miembros de una organización Kaizen, puesto que la autodisciplina permite que el ser humano se adapte a las situaciones que se presentan en la vida diaria y halle bienestar y comodidad mediante la afirmación de su fuerza interna lo que le permite relacionarse de una manera armoniosa con los demás.

9. Información constante a los empleados El mantener informados a los empleados sobre la compañía desde la inducción como durante el tiempo en que estén empleados, es de vital importancia, puesto que, si las

personas se encuentran en la ignorancia en temas como la misión, valores, productos, desempeño, personal, planes de la compañía etc.

10. Fomentar el desarrollo de los empleados En este punto el empowerment es la definición de este principio, pues el entrenar a los integrantes de una compañía para que adquieran habilidades, estimularlos y sobretodo otorgarles responsabilidad en la toma de decisiones permite que las personas se desarrollen y así sean más eficientes en su trabajo (p.4-5).

Resumiendo lo expuesto la mejora continua aporta a la solución de los problemas que se puedan identificar en una organización o en la vida diaria de un individuo desarrollando el hábito de mejorar, generando seguridad, disminución de defectos, eliminación del tiempo improductivo, reducción de los ciclos operativos aumentando la velocidad, reducir el trabajo fastidioso para los colaboradores de la organización, entre otros cambios con la finalidad de hacer el trabajo más fácil y con menos dificultad eliminando los reprocesos en la organización y porque no en la vida misma.

METODO KAIZEN - 5S

Juárez Gómez (2009) expone que

Mejorar la calidad es el resultado de un cambio profundo en la cultura de trabajo y es un proceso difícil y permanente. Uno de los principales pilares para lograr este cambio de cultura, se originó en Japón con la metodología llamada 5S, estas son las iniciales de cinco palabras japonesas Seiri (Clasificar), Seiton

(Orden), Seiso (Limpieza), Seiketsu (Estandarizar) y Shitsuke (Disciplina). Las tres primeras “S” son consideradas como físicamente “implantables en el lugar de trabajo, es decir que están enfocadas a la eliminación de todas las cosas innecesarias, el ordenar los diversos artículos con que cuenta una empresa y a mantener siempre condiciones adecuadas de aseo e higiene. La cuarta “S” es considerada como responsabilidad de la dirección, pues es ella quien debe preocuparse por los buenos resultados que de ellas se obtengan, así como de garantizar el éxito de las mismas a través del tiempo y por último la quinta “S”, es aplicada directamente a las personas (p.18).

Las 5S al pasar a ser parte de los procesos de mejoramiento de la organización, van a generar la creación y mantenimiento de las áreas de trabajo, con mayor organización, seguridad y calidad en el trabajo realizado. Juárez Gómez (2009)

Las 5 S que menciona Kaizen se describen de la siguiente manera:

Tabla 7
Las 5 S de Kaizen

SEIRI	CLASIFICAR
SEITON	ORDEN
SEISO	LIMPIEZA
SEIKETSU	LIMPIEZA ESTANDARIZADA
SHITSUKE	DISCIPLINA

Fuente: Elaboración Propia obtenida de Juárez Gómez (2009)

Vargas (2000) citado por González López (2013, p.11) exponen las 5 facetas de la metodología de las 5”S”

Seiri – organización Consiste en identificar y separar los materiales necesarios de los innecesarios y en desprenderse de éstos últimos. **Seiton** – orden Consiste en establecer el modo en que deben ubicarse e identificarse los materiales necesarios, de manera que sea fácil y rápido encontrarlos, utilizarlos y reponerlos. **Seiso** – limpieza Consiste en identificar y eliminar las fuentes de suciedad, asegurando que todos los medios se encuentran siempre en perfecto estado de salud. **Seiketsu**- control visual Consiste en distinguir fácilmente una situación normal de otra anormal, mediante normas sencillas y visibles para todos. **Shitsuke**- disciplina y hábito, consiste en trabajar permanentemente de acuerdo con las normas establecidas.

BENEFICIOS DE LAS 5 “S” DE KAIZEN

Para, Bonilla et al (2010) citado por Galindo Soria (2017, p.26) las 5 “S” responden a metas específicas, que permitirán la reducción de pérdidas por el incumplimiento de las especificaciones de calidad en el alcance del tiempo de respuesta, van a contribuir con el tiempo de vida de los equipos por la inspección que se realizara con permanencia por parte de los operarios, va a mejorar el cumplimiento de los lineamientos institucionales ya que harán participe a los colaboradores para la elaboración de los procedimientos.

Bonilla et al (2010) citado por Galindo Soria (2017, p.26-27) destacan cuatro puntos de importancia de las 5“S”:

- La productividad: Es uno de los beneficios más importantes que se obtiene al implementar las 5S. Cada organización que desea mejorar la productividad debe implementarlas, La eliminación de elementos innecesarios y la maximización de la eficiencia del espacio de trabajo pueden ayudar a crear una mayor productividad por la cantidad limitada de tiempo perdido. Cuanto menos tiempo se dedique a buscar a través de artículos innecesarios o a moverse través del área de trabajo mal organizada, se permite pasar más tiempo trabajando realmente.
- La seguridad: Mejorar la seguridad representa otro de los beneficios de la implementación de las 5S, Un entorno de trabajo limpio, especialmente en la industria manufacturera, puede reducir significativamente el número de lesiones sufridas por los trabajadores. Los derrames de productos químicos o líquidos que no son supervisados correctamente amplían las posibilidades de resbalones y caídas. Los procedimientos metódicos de limpieza limitan la probabilidad de tal acontecimiento. La reducción en la cantidad de viajes a través del entorno de trabajo también reduce al mínimo este riesgo, mediante la limitación de la exposición innecesaria a los riesgos en otras partes de la instalación. Esto proporciona el beneficio añadido de mejorar la moral, como así también una baja incidencia de lesiones, lo cual expresa una consideración de parte del empleador para la seguridad de los trabajadores, que será bien vista por ellos.

- Reducción de desechos: La implementación de las 5S normalmente produce una reducción en los artículos perdidos o dañados. Un espacio de trabajo con una organización clara y un correcto etiquetado permite a los trabajadores reemplazar los elementos de una posición designada de manera segura y rápida, lo que minimiza el número de herramientas perdidas. El manejo apropiado de herramientas y piezas también significa una disminución de las probabilidades de que una herramienta de pérdida o una pieza pueda perjudicar a un producto durante el proceso de producción. Una herramienta asegurada no caerá sobre un producto a medio terminar. Mantener la limpieza y las prácticas de organización hace que esta reducción de residuos sea posible a largo plazo.
- Compromiso del trabajador: Lograr el compromiso de los trabajadores con los principios de las 5S es un objetivo posible e importante, y como resultado ellos serán más responsables del uso de las instalaciones. Además, las 5S también alientan la participación de los trabajadores en el diseño del lugar de trabajo y en su mantenimiento. Esta participación sirve para involucrar a los trabajadores de la sostenibilidad a largo plazo del lugar de trabajo y pueden mejorar su compromiso y orgullo por el mismo. La mejora de su orgullo por el trabajo tiene el beneficio adicional de reducir el ausentismo.

2.3 Objetivos de la Investigación

2.3.2 Objetivo General

Proponer una política y el diseño del proceso de atención de quejas y reclamos mejora la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

2.3.3 Objetivos específicos

- Determinar la relación que existe entre la dimensión calidad de atención y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Determinar la relación que existe entre la dimensión tiempo de respuesta y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Determinar la relación que existe entre la dimensión gestión y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Determinar la relación que existe entre la dimensión información y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Conocer el manejo del proceso de atención de quejas y reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.2 Hipótesis general

La propuesta de una definición de una política y el diseño del proceso de atención de quejas y reclamos mejora la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

2.4.3 Hipótesis específicas

- Si existe relación entre la dimensión la calidad de atención y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Si existe relación entre la dimensión tiempo de respuesta y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Si existe relación entre la dimensión gestión y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Si existe relación entre la dimensión información y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- El manejo del proceso de atención de quejas y reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017, es inadecuada.

CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Diseño de la investigación

El estudio responde a un Diseño Longitudinal, puesto que realiza la recolección de datos por un determinado periodo en fechas distintas, haciendo inferencias respecto al cambio y sus consecuencias.

3.2 Tipo

El estudio de la presente investigación es de Tipo Descriptivo No Experimental, por la implicancia de observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera, basándose en la realización de la observación de los fenómenos y como se desarrollan en su contexto natural.

3.3 Enfoque

El estudio de la presente investigación está referido al enfoque Mixto, cualitativo puesto que explorara las relaciones sociales para con los socios y describiendo la realidad tal como la experimentan, Asimismo es cuantitativo puesto que reunirá la información con datos que pueden ser medidos.

3.4 Población

3.4.1 Población 1

La población 1 recoge a todos los socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito ubicada en el distrito de Jesús María, que presentaron una queja y/o reclamo durante el periodo 2014-2017.

Para ello se cuenta con un archivo Excel en donde se tiene registrada la información de todas las quejas y reclamos presentados por los socios ante la Cooperativa de Ahorro y Crédito que suman en total de 499 casos, divididos entre quejas y reclamos.

Tabla 8

Población total de Quejas y Reclamos periodo 2014-2017

Descripción	Cantidad
Quejas	236
Reclamos	263
Total	499

Fuente: Elaboración Propia

3.4.2 Población 2

La población 2 recoge a todos los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito que forman parte del proceso de atención de quejas y reclamos (07) y un (01) personal de confianza quien brindo información primaria para el desarrollo de la presente investigación.

3.5 Muestra

3.5.1 Muestra 1

La muestra 1, se caracteriza por ser no probabilístico intencional. Puesto que se realiza la encuesta a socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito que presentaron una queja o reclamo en fechas distintas.

Para la obtención de la muestra se toma en cuenta los 499 socios que presentaron una queja o reclamo en una Cooperativa de Ahorro y Crédito en el periodo 2014-2017, luego procesar la cantidad de socios a encuestar mediante la siguiente formula.

En donde:

N = 499socios (Población en estudio).

P = 0.50 = 50% (Calificación de la probabilidad de éxito o aceptación).

1-P = 0.50 =50% (Margen de desacierto).

E = 0.09 (Error muestral o precisión que se expresa en %).

Z = 1.65 con un nivel de confianza de 95 % (El valor Z se obtiene en la tabla de distribución normal).

Cálculo de la muestra:

$$N = \frac{Z^2 \times 0.50 \times (1-P) \times N}{E^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times (1-P)}$$

$$N = \frac{1.65^2 \times 0.50 \times (1-0.50) \times 499}{0.09^2 \times (499-1) + 1.65^2 \times 0.50 \times (0.50)}$$

$$N = \frac{339.63}{4.71} = 72$$

Concluida la aplicación de la fórmula, se utiliza de una población total de 499 socios que presentaron formalmente una queja o reclamo una muestra de **72** socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito durante el periodo 2014-2017.

3.5.2 Muestra 2

La muestra 2, se caracteriza por ser No Probabilístico por Conveniencia, puesto que se escogieron los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito con accesibilidad a mayor información para brindarla al investigador.

En este caso no se aplicó ninguna fórmula estadística, la encuesta a aplicar se realizará por el total de la población siendo **08** colabores los encuestados.

3.6 Operacionalización de variables

3.6.1 Variable Dependiente:

- Satisfacción del socio

Llámease a la acción y efecto de satisfacer al socio, cumpliendo con ciertas exigencias conforme a políticas de atención.

- a) Calidad de atención: se logra cuando se sobrepasan las expectativas del socio, deseos y/o percepciones. Siendo la forma en la que se da el servicio.
- b) Satisfacción: la satisfacción de los socios es la percepción real por parte de los socios de cómo perciben el servicio o producto contratado que quedara gravado en su memoria.

- c) Tiempo: es el período determinado en el que se realiza una acción o se desarrolla un acontecimiento que hace participe al socio de la cooperativa directamente.
- d) Gestión: administrar o gestionar algo, para el caso de la presente investigación gestionar un buen tiempo de respuesta.
- e) Información: grupo de datos ordenados y regulados por la organización, que permiten ser una guía para la resolución de problemas y toma de decisiones en la organización.

3.6.2 Variable Independiente:

- Manejo del Proceso de Atención de Quejas y Reclamos

Llámesse a la descripción de la planificación del proceso, actividades y métodos para hacer seguimiento al proceso de atención de quejas y reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

- a) Quejas y Reclamos; llámesse a la queja el malestar o descontento por algo que está relacionado directamente al servicio o a una mala atención al público; mientras que el reclamo es la disconformidad relacionada directamente con los productos o servicios contratados.
 - Recepción y Registro; es la acción cuando el colaborador de la cooperativa deja constancia de la queja o reclamo presentado por parte del socio sobre el producto o servicio contratado.

Generando un código de reporte para su seguimiento e identificación del caso.

- Recolección de datos y Análisis; es la acción seguida del registro, en donde se recopila la información con las distintas áreas o responsables del proceso en el cual recae la queja o reclamo, verificando los detalles pertinentes de la queja o reclamo, analizando la acción inmediata a tomar.
- Evaluación y respuesta; acción de realizar todos los esfuerzos necesarios para encaminar la investigación del caso conforme a las circunstancias pertinentes y la información recolectada, relacionada con la queja o reclamo. El nivel de investigación debe estar acorde con la seriedad y severidad del reclamo para finalmente brindar una respuesta.

3.7 Técnicas para la recolección de datos

Para el presente trabajo, las técnicas e instrumentos que se utilizan para recoger los datos relacionados, son:

Tabla 9
Herramientas de Recolección de Datos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	APLICACIÓN
OBSERVACIÓN	<u>FICHA DE OBSERVACIÓN</u> Con el que se registra el manejo del proceso de atención de quejas y reclamos observado una Cooperativa de Ahorro y Crédito.	Al proceso de atención de quejas y reclamos de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.
ENCUESTA	<u>CUESTIONARIO</u> Preguntas relacionadas al tiempo de respuesta de las quejas y reclamos presentados y la satisfacción del socio en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, en fechas distintas. Preguntas relacionadas al manejo del proceso de atención de quejas y reclamos.	Socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito. Colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.
REVISIÓN DOCUMENTARIA	<u>FICHA DE REGISTRO</u> Se revisa documentos de referencia, como el Libro de Reclamaciones, Manuales de Organización y Funciones, entre otros.	Documentos de Gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Fuente: Elaboración Propia

3.8 Técnica para el procesamiento y análisis de datos

3.8.1 Técnicas de Procesamiento de Datos. -

Los datos recogidos durante el trabajo realizado en campo han sido procesados mediante las técnicas de la Estadística Descriptiva, los cuales serán presentados a través de cuadros estadísticos y tablas.

3.8.2 Presentación de Datos. -

Los datos son presentados a través de gráficos procesados como: gráfico de barras, gráficos circulares y cuadros estadísticos.

3.9 Aspectos éticos

La presente investigación se ha elaborado con transparencia y a su vez conserva los principios bajo la ética y normas para los estudios de investigación. Por ello Declaro la confidencialidad del uso de los datos de la organización, de los socios, así como el derecho del autor según normas de la universidad.

3.10 Análisis del Proceso Actual

El Departamento de Operaciones comprende 2 áreas las cuales tienen diferentes funciones y procesos, pero todas están enfocadas en la atención oportuna al socio, por prestaciones de servicios de información y apoyo social, conforme se muestra en la figura 11. ESTATUTO COOP TUMI (2017)

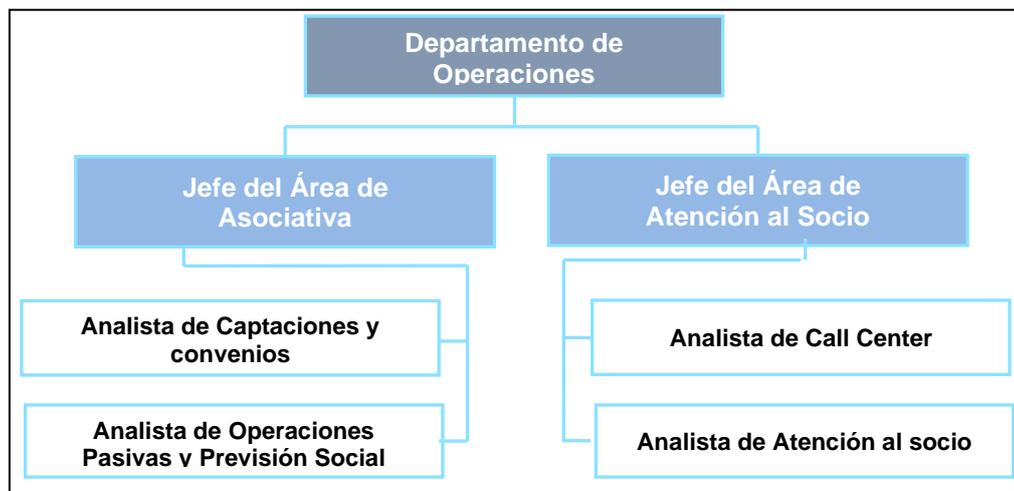


Figura 11 Estructura Orgánica del Departamento de Operaciones
Fuente: Elaboración Propia obtenido del análisis de la Cooperativa estudiada.

El Área de Asociativa cumple con la función de mantener y analizar el nivel asociativo de la Cooperativa. Mientras que el Área de Atención al Socio tiene como función primordial brindar el servicio de atención, relacionándose con sus socios, mediante actividades interrelacionadas de convenios institucionales que ofrece la Cooperativa con la finalidad de que el socio siempre cuente con una buena información.

Asimismo, también se encarga consolidar y dar respuesta a todas las quejas y reclamos que presentan los socios a nivel nacional mediante los distintos canales de comunicación (libro de reclamaciones físico, central telefónica, cartas notariales u otros medios de comunicación). El analista de atención al socio y el analista de call center son representantes de servicio al socio, siendo las personas responsables de proporcionar a los socios y/o usuarios información y soporte con relación a los productos o servicios que la Cooperativa ofrece. Además, son quienes se encargan de canalizar las quejas, reclamos y sugerencias. Por lo regular, la gestión de servicio al socio se realiza de manera presencial en los puntos de atención denominados OEP (oficinas especiales permanentes), sin embargo, el proceso también se puede gestionar vía telefónica.

Por lo mencionado, se determina que se realiza el análisis al Departamento de Operaciones, ya que es donde se ejecuta la atención directa a las quejas y reclamos presentados por los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

El Área de Atención al Socio es el responsable de brindar respuesta a las quejas, reclamos, así como consultas de los asociados a la Cooperativa de Ahorro y Crédito. Dichas quejas y/o reclamos llegan a través de la gestión realizada por los Jefes/Administradores de OEP de la cooperativa. (Véase figura 12)

La COOPAC, brinda solución al problema ocasionado en el momento, por ejemplo: si se tiene el caso de un socio al cual le descontaron un importe mayor al normal en su boleta de pago, el área de atención al socio realiza el trámite para su devolución, no verificando el origen de fondo. No se realiza el cruce de información correcto con los responsables que originaron la queja o reclamo, no mitigando una futura queja o reclamo, teniendo como consecuencia la insatisfacción de los socios por la demora ante sus quejas o reclamos presentados.

Considerando que ir a la Oficina para presentar una queja y/o reclamo quita tiempo; y al llegar a realizar el trámite el socio observa que el personal responsable de su atención se encuentra realizando otras funciones, desconociendo que son las relacionadas al giro del negocio, Asimismo dichos puestos no manejan controles de tiempo de atención a las quejas o reclamos presentados.

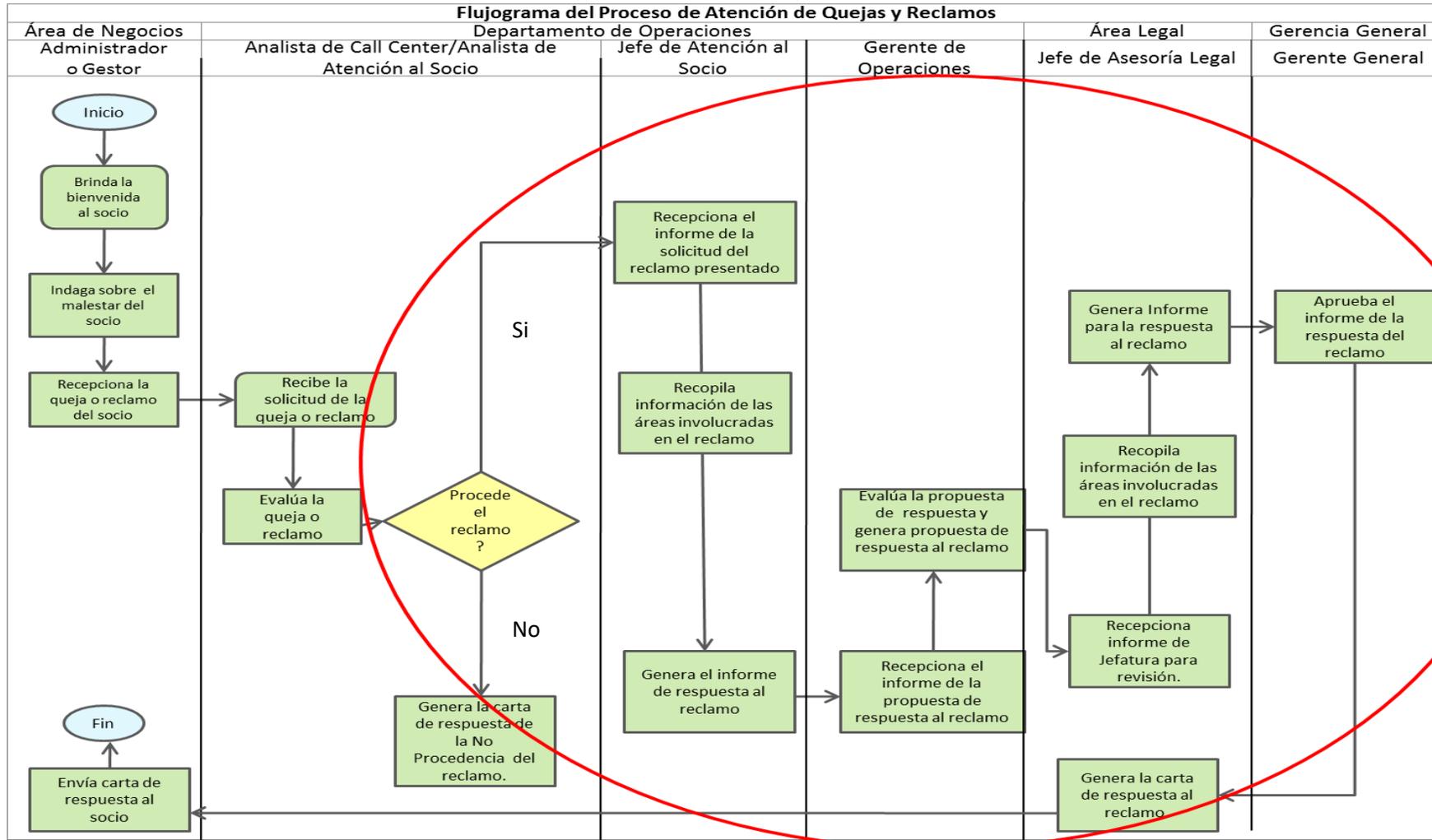


Figura 12 Flujograma actual del proceso de Reclamo (Diciembre 2017)
Fuente: Elaboración Propia extraída del análisis de Cooperativa estudiada.

Posterior a lo mencionado cuando la queja y/o reclamo es derivada a la segunda instancia que es el Departamento de Operaciones, el analista de atención al socio/el analista de Call Center dentro de sus funciones tienen la misión de evaluar la queja y/o reclamo presentada por el socio y su procedencia, derivándola a su jefatura inmediata (jefe de atención al socio) quien recopila la información para brindar una respuesta a la queja y/o reclamo presentado, derivada a su superior inmediato (Gerente de Operaciones) para su visto bueno y posterior envío de informe al Área Legal con la respuesta de la queja y/o reclamo presentado, el asesor legal nuevamente recopila la información con las distintas áreas y/o departamentos involucrados en la queja y/o reclamo, finalmente elabora la respuesta final para dar la solución a la queja y/o reclamo y lo deriva mediante un informe a la Gerencia General para su aprobación y posterior envío de respuesta al socio.

Dicho manejo del proceso que mantiene la Cooperativa de Ahorro y Crédito es regido por la burocracia, en donde los casos más sencillos hasta los más complejos deben de llegar a la Gerencia General para su aprobación, asimismo no se cuenta con controles de tiempo establecidos para brindar la respuesta a la queja y/o reclamo presentada por los socios en el tiempo establecido por Indecopi. La Cooperativa de Ahorro y Crédito cuenta con documentos de gestión para mantener un orden en sus procesos principales que son el otorgamiento de créditos y servicios de previsión social. Dentro de la atención al socio cuenta con documentos de gestión como: el Reglamento Interno de trabajo y el Código de Ética y conducta, los cuales refieren la buena atención que se le debe de brindar al

socio tanto en los productos financieros y no productos financieros, Manuales de Organización y Funciones los cuales refieren a la atención de las quejas y reclamos presentados por los socios, mas no se cuenta con un procedimiento para la atención de quejas y reclamos que sería la guía para el tratamiento de los casos presentados en el área.

Tabla 10
Tiempos de atención por área/departamento en el proceso de atención de quejas y reclamos.

Áreas/Departamentos involucrados en el proceso de atención de quejas y reclamos	Tiempo de Atención (Rango)
Departamento de Negocios (Jefe/Administrador de OEP)	De 02 a 05 días
Departamento de Operaciones (Analista de Atención al Socio /Analista Call center)	De 02 a 04 días
Departamento de Operaciones (Jefe de Atención al Socio)	De 04 a 08 días
Departamento de Operaciones (Gerencia de Operaciones)	De 01 a 02 días
Área de Legal	De 04 a 07 días
Gerente General (Gerente General)	De 02 a 04 días
Total de Tiempos	Mínimo: 15 días Máximo: 30 días

Fuente: Elaboración Propia obtenida del análisis realizado a la Cooperativa estudiada.

En la tabla 10 se visualiza que el tiempo con el que se lleva a cabo la resolución de una queja y/o reclamo lleva como mínimo 15 días y un máximo de 30 días promedio, tiempos límites para la solución de las quejas y reclamos conforme a la normativa vigente del Código de Protección y Defensa del Consumidor, dichos tiempos de respuesta pueden aplazarse por la complejidad de la queja y/o reclamo, así como disponibilidad de las personas que intervienen para la recolección de información.

A continuación, se presenta las principales llamadas telefónicas realizadas por los socios a la central telefónica de la cooperativa, las cuales muestran las distintas razones por las cuales los socios presentan sus quejas, reclamos y en consecuencia su renuncia en la cooperativa:

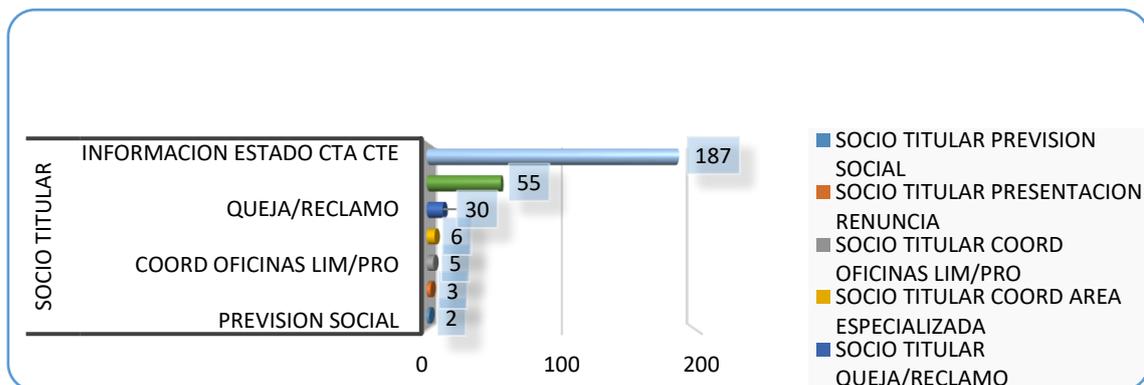


Figura 13 Muestra de reclamos telefónicos

Fuente: Elaboración Propia extraída de Cooperativa El Tumi (2017)

La figura 13 muestra los diversos motivos por los cuales los socios llaman a la central telefónica de manera diaria, para el mes de diciembre 2017 se tiene un total de 288 llamadas de las cuales un 65% fueron llamadas para solicitar información sobre su estado de cuenta, un 19% de las llamadas solicitaron información sobre el estado de su renuncia a la COOPAC y el 10% de las llamadas es de socios que desean interponer su queja o reclamos por un mal servicio o cobro indebido. Cooperativa El Tumi (2017)

Como consecuencia el socio después de interponer su queja y/o reclamo espera el tiempo de atención a su requerimiento y una vez recibida una respuesta por parte de la cooperativa, opta por renunciar a su lugar de socio, conllevando a la reducción del índice de nivel asociativo en la cooperativa.

Las captaciones y renuncias que se muestran en el cuadro líneas abajo recopilan el 65% de las renuncias alcanzadas por parte de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito. Chávez Somoza (2017)

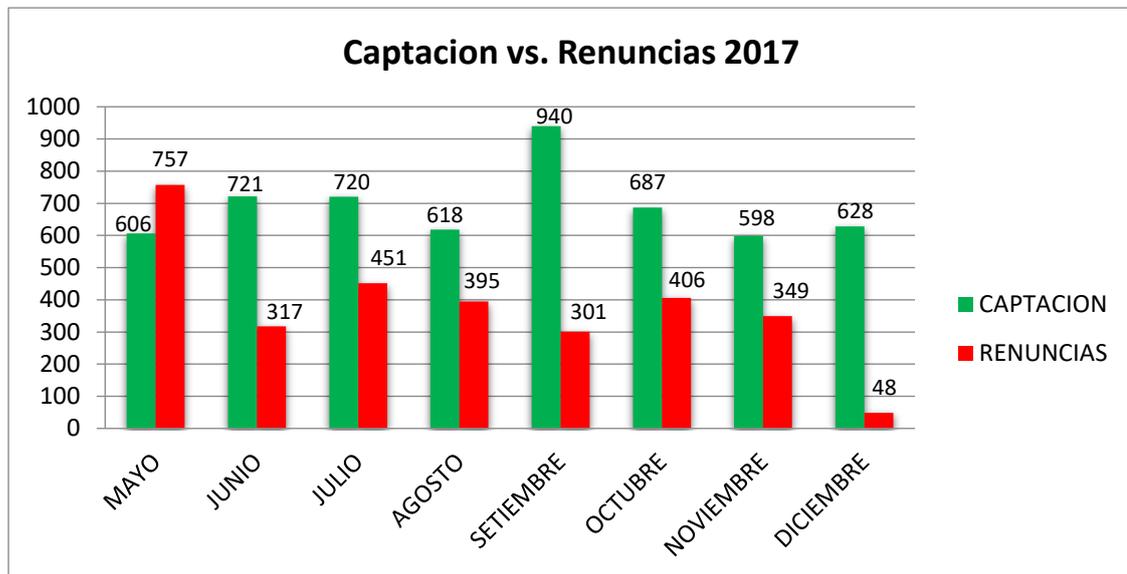


Figura 14 Reporte Captaciones vs Reclamos

Fuente: Elaboración Propia extraída de Chávez Somoza (2017).

Chávez Somoza (2017) en la figura 14 expone que

La captación y renuncias donde se cuantifica cada una de ellas en las captaciones del último mes se refleja en 628 socios nuevos que equivalen a un ingreso de solo aportación individual de S/ 30.00 con un total de S/18,840.00 y la cuantificación de las renuncias es de 408 solicitudes de renuncias la que equivalen a S/348,395.31 la variación es porque en una renuncia se devuelve el acumulado de la aportación (p.37).

Sin embargo, los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito conocen sus derechos, los mismos que no se pueden infringir, es por ello que si dichos socios se

sienten insatisfechos por la mala atención recibida deciden interponer en una escala reguladora mayor su reclamo o simplemente renunciar a la Cooperativa como socio. (Chávez Somoza, 2017)

CAPITULO IV: DESARROLLO Y RESULTADOS

4.1 Desarrollo

El siguiente, muestra las etapas aplicadas al Proceso de atención a las Quejas y Reclamos en la COOPAC estudiada.

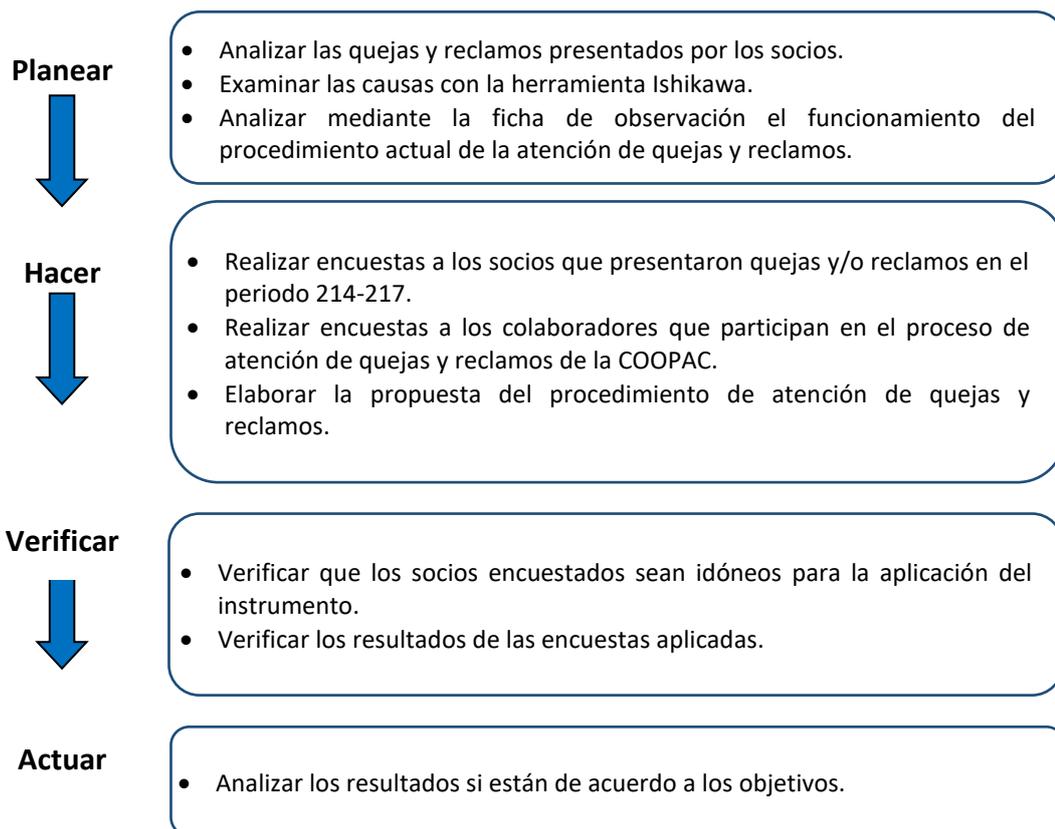


Figura 15 Etapas aplicadas al proceso de atención de Quejas y Reclamos.

Fuente: Elaboración Propia

A. Etapa Planear

a) Análisis de la magnitud del problema

La COOPAC, la cual es materia de investigación, para la elaboración de una propuesta de un procedimiento para la atención de quejas y reclamos, se ha analizado la insatisfacción de los socios por la demora en las respuestas de sus solicitudes sean de quejas o reclamos, los mismos que son contrastados en las llamadas telefónicas que realizan los socios para consultar su estado de reclamo.

b) Identificar las Causas posibles

Chávez Somoza (2017) menciona que para identificar las posibles causas del problema relacionadas a la atención de las quejas y reclamos se aplica la técnica de Ishikawa para la recolección de las causas de la problemática, conforme al siguiente detalle:

- ✓ No se cuenta con procedimiento de atención de quejas y reclamos.
- ✓ No se cuenta con un Flujo del proceso de atención de quejas y reclamos.
- ✓ Colaboradores brindan mala información al socio.
- ✓ No cuenta con Software para proceso.
- ✓ Dependencia de otras áreas para dar solución a las quejas y/o reclamos.
- ✓ Existen funciones de duplicidad en el personal que atiende el proceso de atención de quejas y reclamos.
- ✓ Falta de comunicación con socio.

✓ Falta de Apoyo del Área legal.

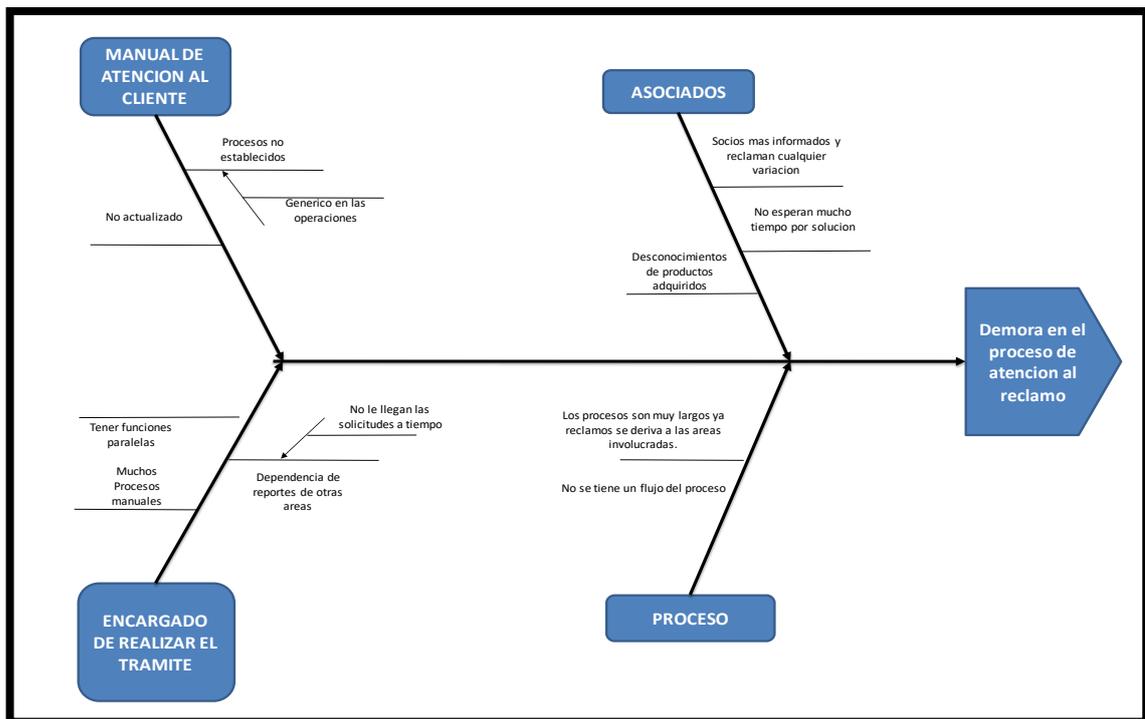


Figura 16 Posibles causas del problema aplicando la Técnica de Ishikawa

Fuente: Elaboración Propia

c) Buscar la causa más importante

Para poder encontrar la causa más importante se aplicó la encuesta a los colaboradores del área de atención al socio, la cual es la responsable de aplicar el proceso directamente relacionado a la atención de las quejas y reclamos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Tabla 11
Causas del problema en proceso

Causa del Problema de Atención Socios	Valorización	% Acumulado	Valorización Acumulada	80-20
1° Las políticas no son claras	18	16%	18	80%
2° Colaboradores dan mala información	17	32%	35	80%
3° No cuenta con Software para proceso	16	46%	51	80%
4° No se tiene Flujo del proceso	15	60%	66	80%
5° Dependencia de otras áreas para dar solución a la queja o reclamo	13	72%	79	80%
6° Tener duplicidad de funciones	12	83%	91	80%
7° Falta de comunicación con socio	11	93%	102	80%
8° Apoyo legal	8	100%	110	80%

Fuente: *Elaboración Propia extraída de Chávez Somoza (2017)*

La Tabla 11, según Chávez Somoza (2017) nos muestra “la valorización en porcentajes los cuales nos podrán ayudar a graficar el diagrama de Pareto para tener claro que causas tendrán que ser prioridad para dar una solución” (p.87).

En la figura 17 se muestra el Diagrama de Pareto:

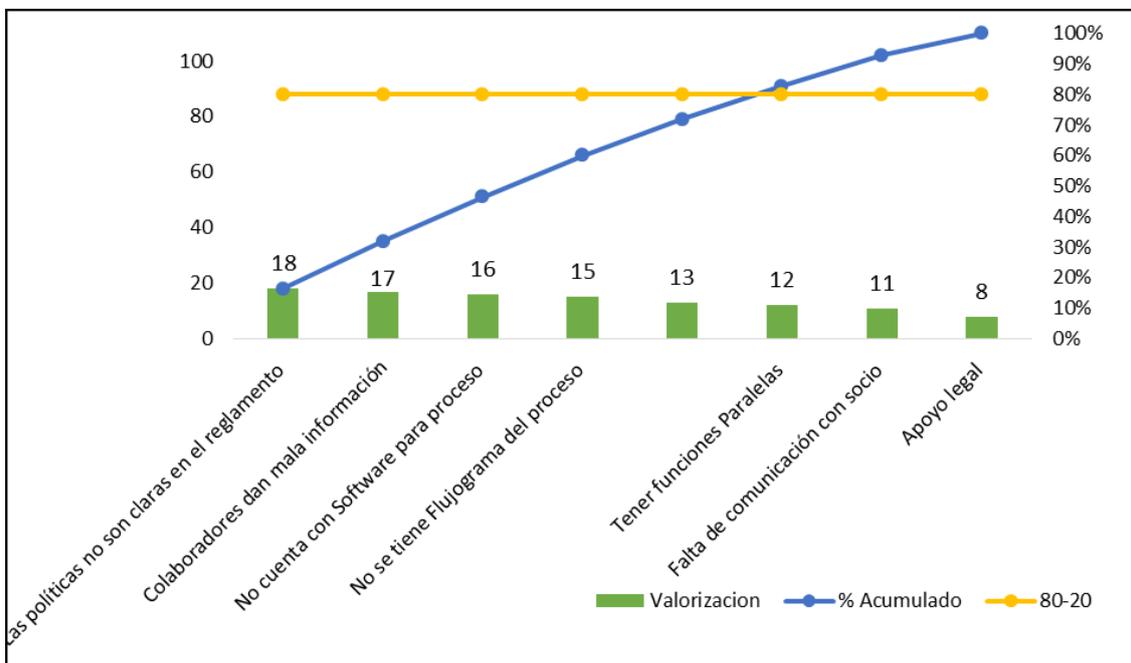


Figura 17 Diagrama de Pareto Criterio de Valorización del problema de atención a los reclamos de los socios de la COOPAC.

Fuente: *Elaboración Propia extraída de Chávez Somoza (2017)*

Chávez Somoza (2017) expone según figura 17 que

Gracias al diagrama de Pareto que el 20% de las causas durante el proceso de atención a las quejas y reclamos son: Las políticas no son claras, Colaboradores dan mala información, No cuenta con software para proceso, no se tiene flujo del proceso, dependencia de otras áreas para dar solución, con lo que se tiene que estas áreas originan el 80% de las causas, por lo cual se tiene que mejorar estas causas para mejorar el proceso de atención a las quejas y reclamos (p.19).

B. Etapa Hacer

Proponer una definición de una política y el diseño del proceso el procedimiento de la atención a las quejas y reclamos interpuestos por los socios se propone la elaboración del documento de gestión del Procedimiento de atención de quejas y reclamos incluyendo el Flujo del proceso de atención a las quejas y reclamos de la Cooperativa, puesto que en la actualidad se carece de dichos documentos y solo se atiende conforme al manual de organización y funciones de manera general. Dichos documentos permitirán conocer el cómo proceder en los casos de presentarse las quejas y reclamos, incluyendo los siguientes documentos de gestión elaborados para la atención al socio:

- ✓ Procedimiento de atención de quejas y reclamos.
- ✓ Flujo del proceso de atención de quejas y reclamos.

Asimismo, se la propuesta busca dar autonomía de decisión al analista de call center y al analista de atención al socio que son encargados de las quejas y reclamos para que puedan realizar la gestión de la recolección de información y generación de la propuesta de respuesta a la queja o reclamos interpuesto por el socio al área de Legal, de esta manera el Asesor Legal solo se encargaría de ratificar la respuesta óptima.

Actualmente el proceso vigente de atención a las quejas y reclamos llega a resolverse en un rango de 15 a 30 días, con la propuesta del procedimiento para la atención de quejas y reclamos se busca reducir los tiempos de atención a la respuesta que se le brinda al socio por su queja o reclamo interpuesto. Par ello se realizó un simulador tal y como indica la tabla de tiempos, reduciendo el rango del tiempo en días de la atención de las quejas y reclamos reduciéndolos de 05 a 10 días máximo.

Tabla 12

Comparación de los tiempos de atención de Áreas/Departamentos involucrados en el Proceso de Atención de Quejas y Reclamos.

Áreas/Departamentos involucrados	Actualidad	Propuesta	Tiempo de Atención Actual (Rango)	Tiempo de Atención Propuesto (Rango)
Departamento de Negocios (Jefe/Administrador de OEP)	x	x	De 02 a 05 días	De 01 día
Departamento de Operaciones (Analista de Atención al Socio /Analista Call center)	x	x	De 02 a 04 días	De 01 a 02 días
Departamento de Operaciones (Jefe de Atención al Socio)	x	x	De 04 a 08 días	De 01 día
Departamento de operaciones (Gerencia de Operaciones)	x		De 01 a 02 días	
Área de Legal (Jefe de Área legal)	x	x	De 04 a 07 días	De 01 a 03 días
Gerente General (Gerente General)	x	x	De 02 a 04 días	De 01 a 03 días
Total de Tiempos			Mínimo: 15 días Máximo: 30 días	Mínimo: 05 días Máximo: 10 días

Fuente: Elaboración Propia extraída de Chávez Somoza (2017)

C. Etapa Verificar

Revisión de los resultados, verificando la recolección de los reportes emitidos para determinar la propuesta de mejoras de las problemáticas identificadas.

Se verifican los resultados de la encuesta aplicada a los 72 socios que presentaron en el periodo del año 2014 al 2017 alguna queja o reclamo en la COOPAC.

Se valida y verifica el proceso actual que siguen los colaboradores de la COOPAC en la atención de quejas y reclamos.

Se verifica el resultado de la encuesta a los colaboradores del Área de Atención al Socio e involucrados en el proceso de atención de quejas y reclamos, para validar el manejo del proceso.

D. Etapa Actuar

Se elabora el Procedimiento de Atención de Quejas y Reclamos para una Cooperativa de Ahorro y Crédito (Véase Anexo 09), ubicándola dentro del marco normativo vigente del Reglamento de Atención al Socio, para la mejora de los tiempos de respuesta a las quejas y reclamos presentados por los socios y mejorar la calidad del servicio en una COOPAC.

Contando con la información recopilada de los resultados de encuesta a los socios que presentaron quejas y reclamos en una cooperativa, se realizó un comparativo de la situación actual y de la mejora considerando la proyección esperada después de la puesta en marcha del procedimiento de atención de quejas y reclamo en una COOPAC.

Tabla 13

Proyección del Resultado después de la Aplicación del ciclo de Deming (ciclo PHVA)

	Sin el Procedimiento	Con el Procedimiento	Variación
Satisfacción del Socio	35%	48%	13%
Respuesta al Requerimiento	12%	55%	43%
Atención Personalizada	32%	48%	16%
Satisfacción por el Tiempo de Atención	35%	58%	23%

Fuente: Elaboración Propia extraída de Chávez Somoza (2017)

En la tabla 13 nos muestra los resultados del estudio proyectados aplicando la propuesta del procedimiento de atención de quejas y reclamos, en primer lugar la respuesta de los requerimientos de los socios pasaron de una atención lenta del 12% a 55% la cual indica un crecimiento para la atención 43%, la medición de la satisfacción por tiempo de atención a la respuesta de las quejas y reclamos presentados por los socios paso de 35% a 58% de aceptación y con ello nos da un crecimiento de 23%, la atención personalizada tuvo una aceptación de 43% y la satisfacción del socio un crecimiento de 13%. Considerando la proyección en una segunda etapa se puede realizar la aplicación experimental del procedimiento para la validación de los resultados y posterior sistematización del proceso.

Se podrá cuantificar las queja y reclamos presentados por los socios mediante el formato Matriz de Quejas y Reclamos, donde se podrá ver el estado del reclamo y el área de atención al socio podrá estar atento a los días de la respuesta de la queja o reclamo interpuesto, de esta manera se evita posibles multas por parte de Indecopi, ante el incumplimiento del tiempo de atención de un reclamo, mejorando el indicador de renuncias a la Cooperativa.

4.2 Resultados

Para el presente capítulo de resultados se aplica el instrumento idóneo, validando que se pueda utilizar con toda la confianza, siempre y cuando cumpla con los requisitos de “confiabilidad y validez”, para ello la presente investigación valida mediante el Alfa de Cronbach que el instrumento mide las variables que se pretende medir.

Para la presente investigación se aplicaron los resultados de la encuesta realizada a los socios en una COOPAC que presentaron quejas y/o reclamos durante el periodo 2014 – 2017 y a los colaboradores involucrados directamente en el proceso de atención de quejas y reclamos en una COOPAC, utilizando el programa de Excel y trasladándolos al software SPSS versión 2.0.

- a) Se analizaron los datos que fueron arrojados por el instrumento aplicado.
- b) Se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach para ambos instrumentos (encuesta a socios y colaboradores de una COOPAC) en el software SPSS versión 2.0.
- c) Se interpretaron las tablas arrojadas por el software SPSS versión 2.0.
- d) Se analizó la posibilidad de incrementar el coeficiente alfa de Cronbach.

Obteniendo los siguientes resultados:

La confiabilidad se llevó a cabo mediante la prueba del Alfa de Cron Bach, aplicada a la prueba piloto con 10 socios de la muestra y 5 colaboradores en una COOPAC.

Prueba de Confiabilidad del cuestionario de satisfacción a socios que presentaron quejas o reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito:

Tabla 14
Resumen de Procesamiento de Casos

		N	%
Casos	Válido	10	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	10	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Tabla 15
Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.085	10

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Tabla 16
Estadísticas de Total de Elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
GENERO	78.48	171.927	0.605	0.847
SEXO	78.68	167.143	0.519	0.848
P1	79.48	170.177	0.447	0.85
P2	78.6	183	0.127	0.86
P3	79	173.333	0.441	0.851
P4	78.84	177.89	0.257	0.857
P5	79.08	166.91	0.633	0.844
P6	78.6	165	0.641	0.843
P7	78.64	175.407	0.31	0.855
P8	78.8	168.083	0.581	0.846

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Las tablas 14, 15 y 16 muestran los estadísticos de la prueba en su conjunto, muestra que el coeficiente Alfa de Cronbach total del instrumento que fue .85 superior al

mínimo aceptable de 0.7. Siendo el número de elementos correspondiente al número de preguntas consideradas en el instrumento.

Concluyendo que:

- ✓ El Alfa de Cronbach es Adecuado.
- ✓ El instrumento es confiable.

Prueba de confiabilidad del Cuestionario aplicado a los Colaboradores involucrados en el Proceso Atención de Quejas y Reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito:

Tabla 17
Resumen de Procesamiento de Casos

		N	%
Casos	Válido	5	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	5	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Tabla18

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.084	8

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Tabla 19
Estadísticas de Total de Elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	78.880	178.527	.282	.856
P2	78.560	165.923	.680	.843
P3	79.080	166.493	.556	.846
P4	78.560	177.090	.321	.855
P5	78.720	181.043	.133	.862
P6	78.600	165.000	.606	.844
P7	78.680	178.227	.240	.858
P8	79.000	177.667	.230	.859

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

La tabla 17, 18 y 19 muestra los estadísticos de la prueba en su conjunto, muestra el coeficiente Alfa de Cronbach total del instrumento que fue .84 superior al mínimo aceptable de 0.7. Siendo el número de elementos correspondiente al número de preguntas consideradas en el instrumento.

Concluyendo que:

- ✓ El Alfa de Cronbach es Adecuado.
- ✓ El instrumento es confiable.

4.2.1 Presentación de análisis e interpretación de resultados de la Encuesta1

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas realizadas a los socios que presentaron una queja o reclamo en una COOPAC siendo un total de 72 socios encuestados.

Tabla 20
Edad de los Socios Encuestados

Rango de Edad	Cant.	%
38-44	9	6.48
45-51	7	5.04
52-58	41	29.52
59-65	15	10.8

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

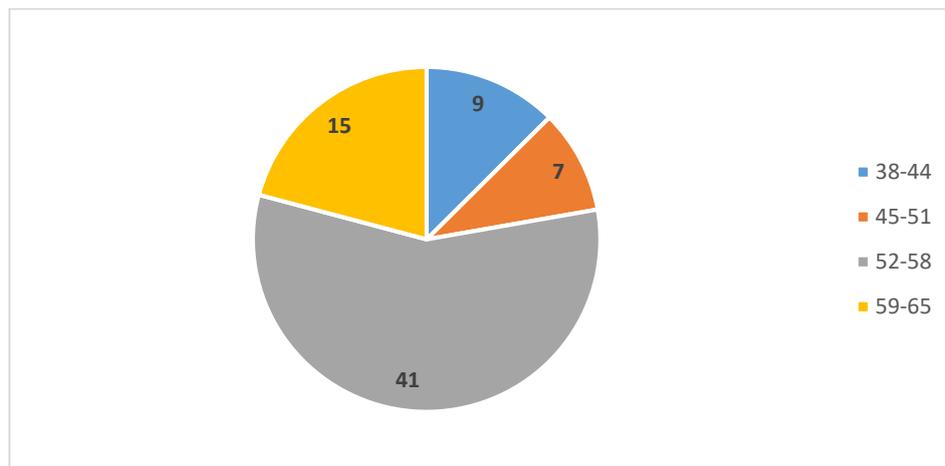


Figura 18 *Edad de los Socios Encuestados*

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 18 se presentan los rangos de las edades de todos los socios encuestados que presentaron su queja o reclamo en una COOPAC, siendo en su mayoría en referencia a la tabla 20 que el mayor porcentaje de los encuestados se encuentra en el rango de edad entre 52-58 años con un porcentaje de 29.524% del total de socios encuestados.

Tabla 21
Género de Socios Encuestados

Genero	Nº	%
M	22	31%
F	50	69%

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

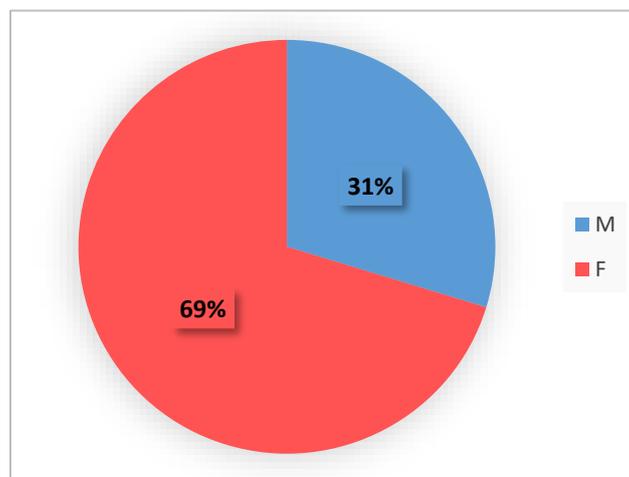


Figura 19 *Género de Socios Encuestados*

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 19 se presenta el género de la población encuestada, teniendo un mayor porcentaje del género femenino representando el 69% de socios encuestados sobre el masculino con 31% socios.

Tabla 22
Análisis de Tipo de Requerimiento

Requerimiento	Nº	%
Queja	16	22%
Reclamo	56	78%

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

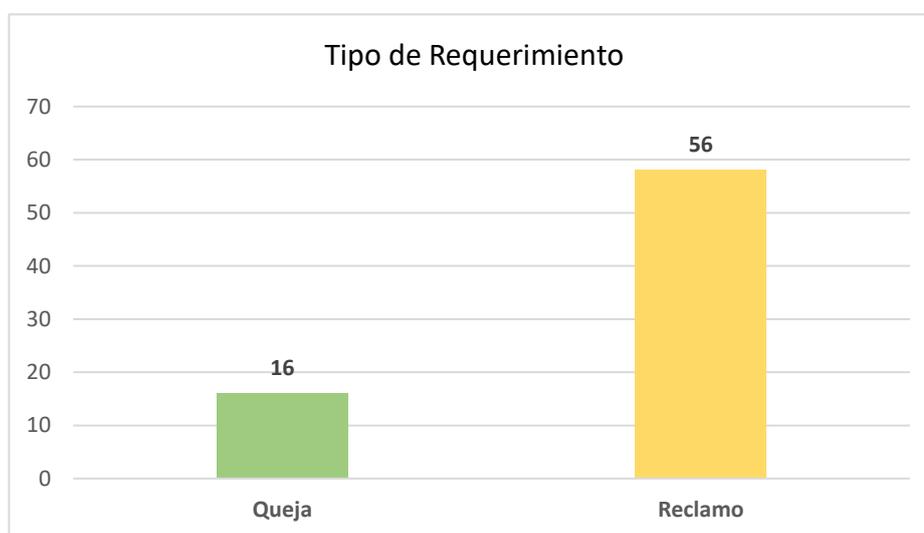


Figura 20 Análisis de Tipo de Requerimiento

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 20 se presenta el resultado sobre el tipo de requerimiento al cual accedieron los 72 socios que fueron encuestados, teniendo un mayor índice en el número de reclamos con 78% sobre un 22% de quejas, mostrando un índice mayor de 56 socios que presentan un reclamo sobre 16 que presentan una queja.

Dimensión 1: Calidad de atención

Contando con los resultados de la encuesta aplicada a los socios de la COOPAC para conocer el nivel de satisfacción del socio, conforme a su dimensión de Calidad de atención, se procesaron los resultados, que a continuación se muestran en el cuadro de valores, calculando las frecuencias obtenidas sobre el puntaje de cada intervalo.

Tabla 23
Frecuencia de Calidad de Atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Excelente	2	3.00	3.00	3.00
	Buena	15	21.00	21.00	24.00
	Regular	35	48.00	48.00	72.00
	Mala	20	28.00	28.00	100.0
Total		72	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

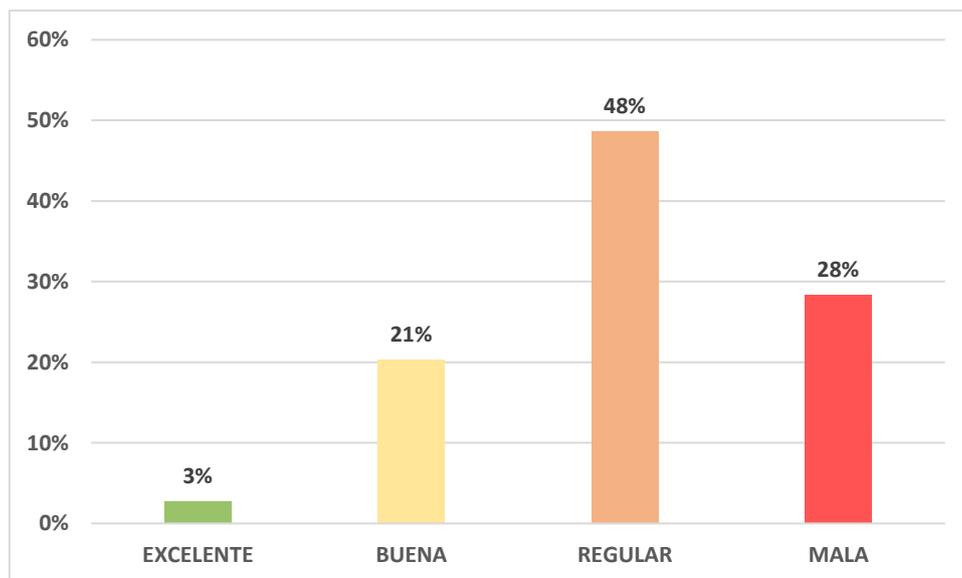


Figura 21 Frecuencia de Calidad de Atención

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 22 los socios de la COOPAC, indican que la atención recibida por parte del personal de quejas y reclamos en términos de “Calidad de Atención” en su mayoría es regular con un 48%, mientras que el 28% considera que es mala, el 21% considera que es buena y un mínimo porcentaje de 3% indica que es excelente.

La calidad de atención, es calificada como regular en un 48%, ello debido a que los socios no son informados adecuadamente, y no se les informa el tiempo que va ser solucionada su queja o reclamo presentado.

Tabla 24
Frecuencia de solución a la petición queja o reclamo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Solucionada	43	59.72	59.72	59.72
	No solucionada	18	25.00	25.00	84.72
	Necesitan más tiempo para ser solucionados	11	15.28	15.28	100.0
Total		72	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS.

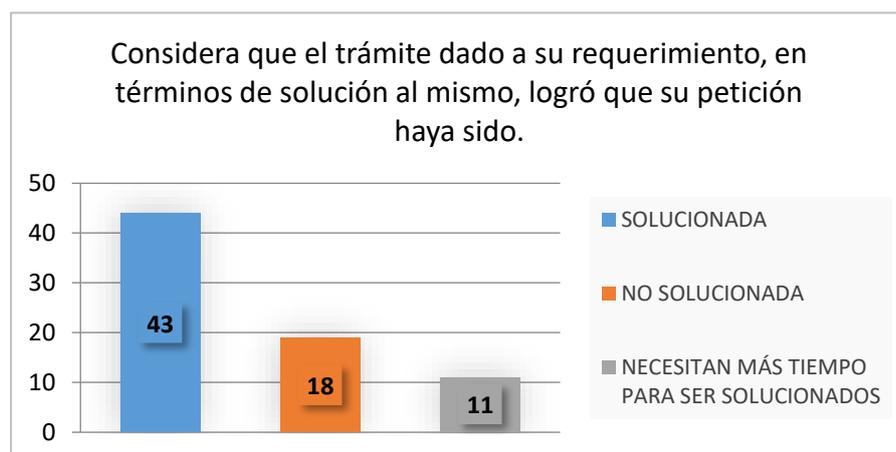


Figura 22 Frecuencia de solución a la petición queja o reclamo

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 22 según encuestas realizadas a los socios de una COOPAC, se aprecia que más del 50% de los mismos, consideran que el trámite brindado a su requerimiento fue solucionado, el 25% considera que su trámite no fue solucionado porque no obtuvieron la respuesta que esperaban, mientras que el 11% de socios consideran que la COOPAC necesita más tiempo para dar solución a su queja y/o reclamo.

Dimensión 2: Satisfacción

Al haber aplicado las preguntas para conocer la satisfacción del socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito estudiada, conforme a su dimensión de satisfacción, se procesaron los resultados, calculando las frecuencias por cada intervalo.

Tabla 25

Frecuencias de SATISFACCIÓN en cuanto a la respuesta recibida por parte de la COOPERATIVA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Excelente	0.00	0.00	0.00	0.00
	Buena	7.00	9.73	9.73	9.73
	Regular	41.00	56.94	56.94	66.67
	Mala	24.00	33.33	33.33	100.0
Total		74	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

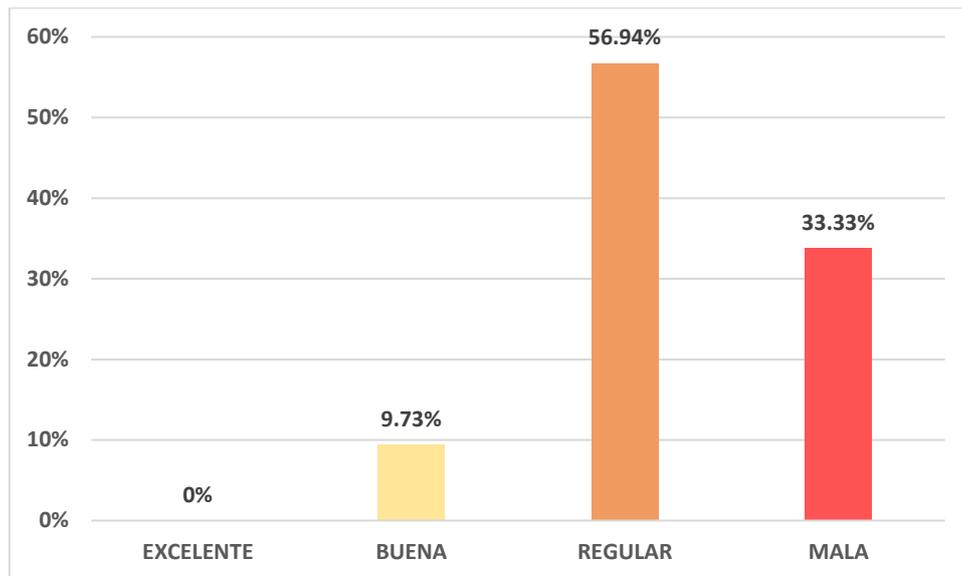


Figura 23 Frecuencias de SATISFACCIÓN en cuanto a la respuesta recibida por parte de la COOPERATIVA

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 23 los socios de la COOPAC, califican el nivel de satisfacción de la respuesta recibida por parte de la Cooperativa como regular con un 56.94%, mala con un 33.33%, solo buena un 9.73%, mientras que ninguno considera que es excelente con un 0%.

Tabla 26
Frecuencias del cumplimiento de expectativas del socio

Escala	Nº	%
Si	33	44%
No	40	56%

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

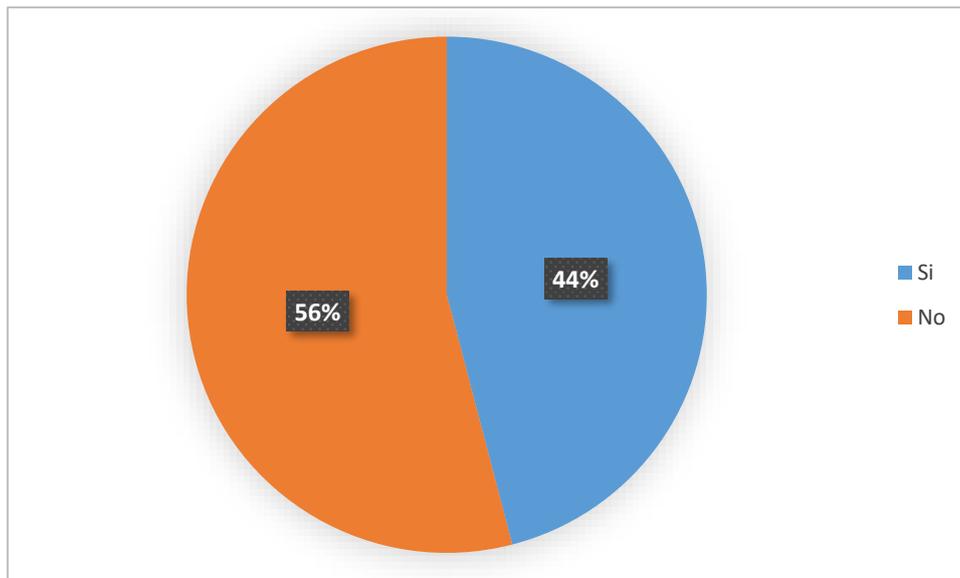


Figura 24 Frecuencias del cumplimiento de expectativas del socio

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 24 los socios de la COOPAC, indican en un 56% que la respuesta dada a su requerimiento por el área de atención de quejas y reclamos cumplió sus expectativas, mientras que el 44% de socios indica que no cumplieron sus expectativas. Ello indica que la opinión está dividida en la población encuestada.

Dimensión 3: Tiempo

La aplicación de los cuestionarios para llegar a conocer la satisfacción del socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito estudiada, conforme a su dimensión de tiempo, se procesaron los resultados, calculando las frecuencias por cada intervalo.

Tabla 27
Frecuencia del tiempo de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Excelente	2	3.00	3.00	3.00
	Buena	12	17.00	17.00	20.00
	Regular	29	40.00	40.00	60.00
	Mala	29	40.00	40.00	100.0
Total		74	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración Propia obtenido del análisis del Cuestionario aplicado a 74 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.*

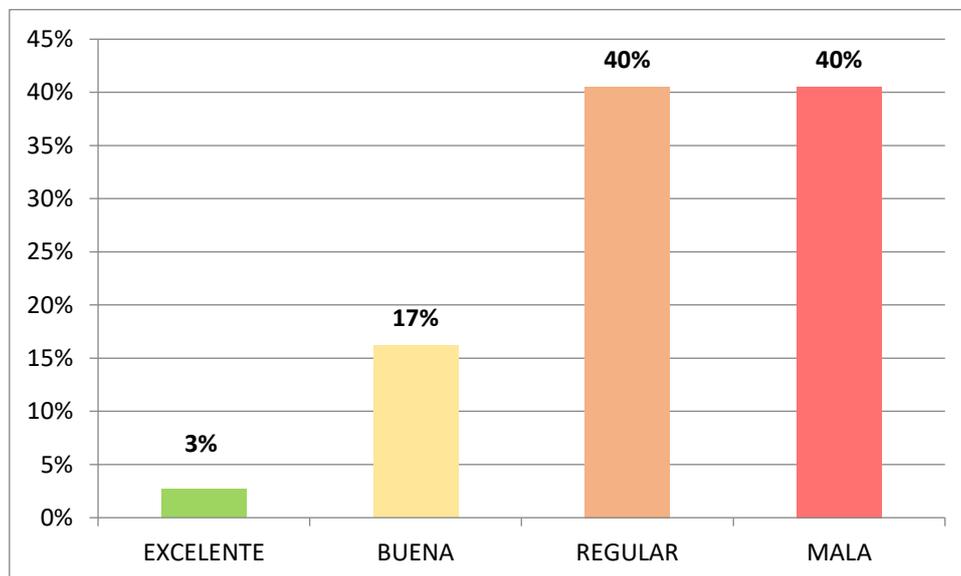


Figura 25 *Frecuencia del tiempo de respuesta*
Fuente: *Elaboración Propia obtenido del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.*

En la figura 25 los socios de la COOPAC, indican que la atención en cuanto a la rapidez en el tiempo de respuesta a la queja o reclamo presentados fue regular y mala con un 40% respectivamente, lo cual indica que los socios no están conformes con los tiempos de respuesta siendo el 80% del total de socios encuestados insatisfechos. Mientras que el 17% indica que es buena la rapidez y solo un 3% indica que es excelente.

Analizando la figura 25 a pesar de que el 40% considera que su respuesta fue solucionada ese mismo porcentaje considera que demoraron mucho en el tiempo de respuesta.

Dimensión 4: Gestión

Aplicando los cuestionarios para conocer la satisfacción del socio, conforme a su dimensión de Gestión, se procesaron los resultados, teniendo como punto de partida el siguiente cuadro de valores, con su respectivo gráfico.

Tabla 28
Frecuencia de GESTIÓN realizada por la COOPERATIVA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Excelente	0	0	0	0.00
	Buena	17	23.61	23.61	23.61
	Regular	22	30.56	30.56	54.17
	Mala	33	45.83	45.83	100.0
Total		72	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

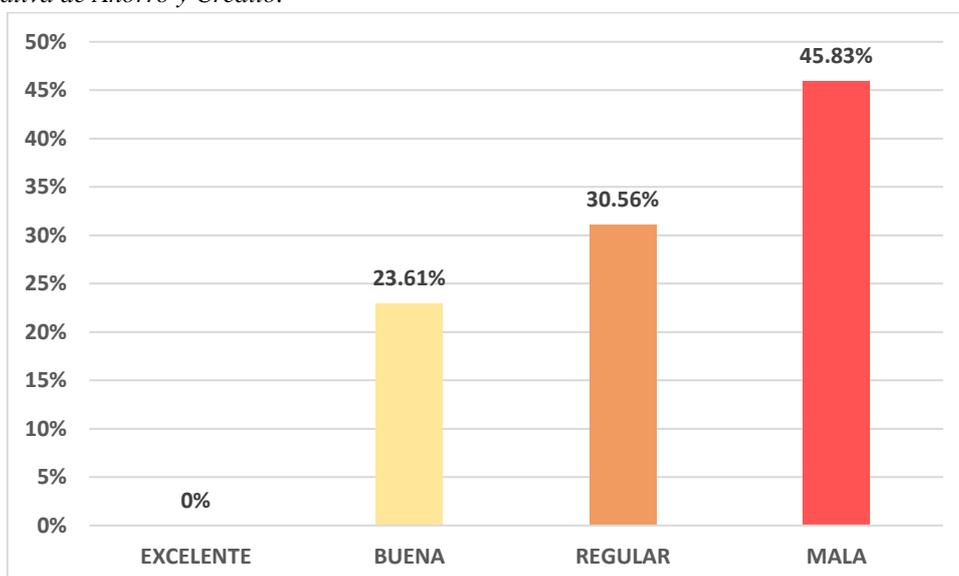


Figura 26 Frecuencia de Gestión realizada por la Cooperativa

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 26 los socios de la COOPAC, califican mala la gestión realizada por la cooperativa con un 45.83% en referencia a su queja y/o reclamo presentado, regular un 30.56%, buena un 23.61% y excelente 0%. Considerando que en su mayoría la población encuestada de socios califica la gestión realizada con rangos de regular a mala, esta pregunta nos precisa la influencia en la falta de un procedimiento para la atención de quejas y reclamos en una COOPAC.

Dimensión 5: Información

Aplicando los cuestionarios para conocer la satisfacción del socio, conforme a su dimensión de Información, se procesaron los resultados en el siguiente cuadro de valores que se presenta a continuación.

Tabla 29

Frecuencia del nivel de Información.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Excelente	0	0.00	0.00	0.00
	Buena	7	10.00	10.00	10.00
	Regular	41	57.00	57.00	67.00
	Mala	24	33.00	33.00	100.0
Total		72	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

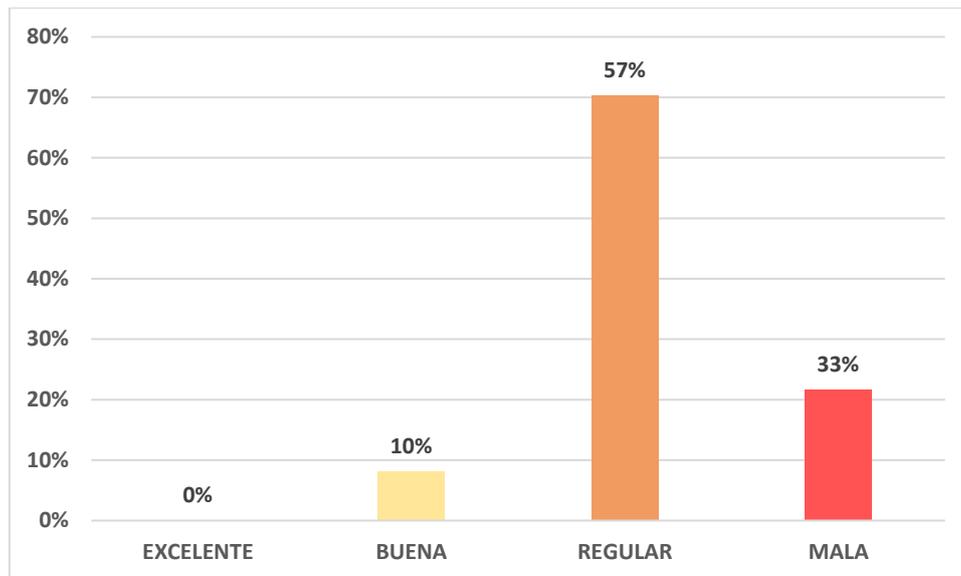


Figura 27 Frecuencia del nivel de Información.

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 72 socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 27 los socios de la COOPAC, califica regular el nivel de información que brinda el personal de quejas y reclamos con un 57%, con calificación mala el 33%, mientras que solo el 10% calificación buena y 0% calificación excelente.

4.2.2 Presentación de análisis e interpretación de resultados de la Encuesta 2

Se presentan los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los colaboradores de una COOPAC que participan directamente en el proceso de atención de quejas y reclamos; siendo un total de 8 encuestados.

Dimensión 6: Quejas y Reclamos

Habiendo aplicado los cuestionarios para conocer el manejo del proceso de atención de quejas y reclamos de una COOPAC, conforme a su dimensión de quejas y reclamos,

se procesaron los resultados, en el siguiente cuadro de valores que se presenta a continuación.

a) Recepción y Registro

Tabla 30
Frecuencia de Recepción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	0	0.00	0.00	0.00
	Casi nunca	0	0.00	0.00	0.00
	A veces	5	62.50	62.50	62.50
	Casi siempre	3	37.50	37.50	100
	Siempre	0	0.00	0.00	0.00
	Total	8	100	100	

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

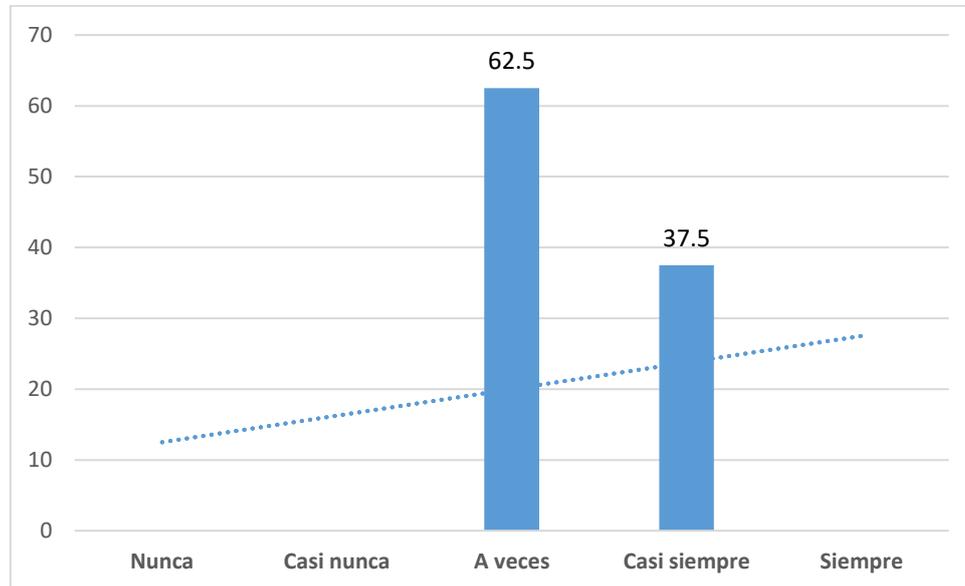


Figura 28 Frecuencia de Recepción

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 28 los colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito identifican de manera rápida si el requerimiento del socio es una queja o un reclamo, mostrando un

ponderado de 62.50% A veces y un casi siempre con 37.50%, el resultado nos indica claramente que los colaboradores de la COOPAC, cuentan con conocimiento para diferenciar las quejas de reclamos.

Tabla 31
Frecuencia de Registro.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	0	0	0	0
	Casi nunca	0	0	0	0
	A veces	3	37.50	37.50	37.50
	Casi siempre	3	37.50	37.50	75.00
	Siempre	2	25.00	25.00	100
Total		8	100	100	

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

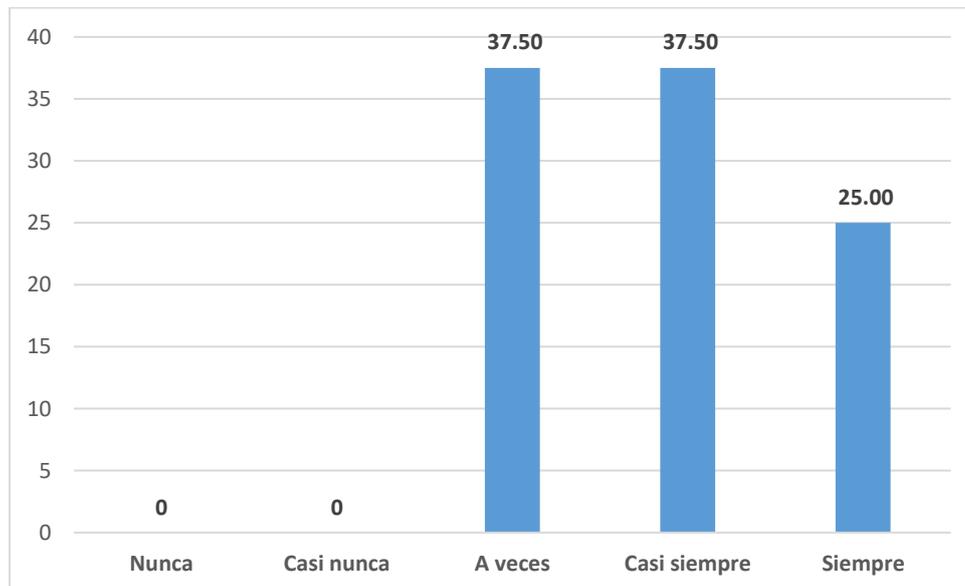


Figura 29 *Frecuencia de Registro.*

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En la figura 29 los colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito, una vez identificado que el requerimiento del socio es una queja o un reclamo realizan el registro del mismo con ponderados de 37.50% A veces, 37.50% Casi Siempre y 25.00%

Siempre. Como resultado se evidencia el nivel de compromiso y conocimiento de sus funciones inmediatas ante los requerimientos por parte de los socios.

b) Recolección de Datos y Análisis

Tabla 32
Frecuencia de Recolección de Datos y Análisis (1)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	0	0.00	0.00	0.00
	Casi nunca	0	0.00	0.00	0.00
	A veces	0	0.00	0.00	0.00
	Casi siempre	4	50.00	50.00	50.00
	Siempre	4	50.00	50.00	100
Total		8	100	100	

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

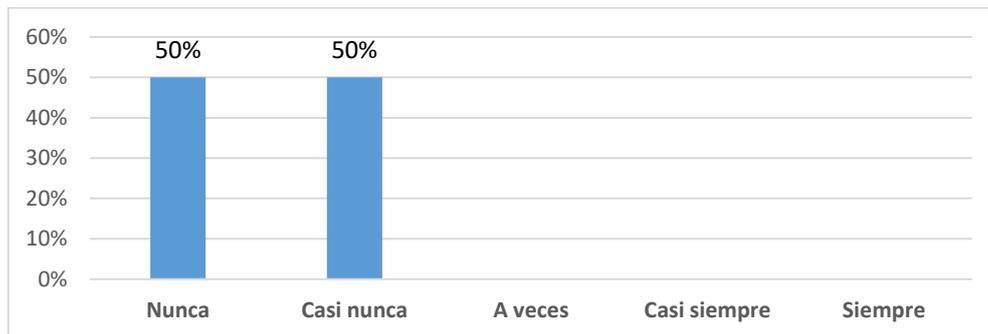


Figura 30 *Frecuencia de Recolección de Datos y Análisis (1)*
Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

De la Tabla 32 y de la figura 30, podemos observar que la recolección de datos se califica como nunca y casi nunca donde: Los colaboradores encuestados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito manifiestan con un 50% que los socios nunca son informados sobre el tiempo de demora de la revisión y análisis de la queja o reclamo presentado, mientras que el otro 50% manifiesta que casi nunca son informados. Por la que se determina que la información brindada a los socios

sobre el tiempo que toma la revisión y análisis de las quejas y reclamos es inadecuada en la COOPAC.

Tabla 33
Frecuencia de Recolección de Datos y Análisis (2)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	0	0.00	0.00	0.00
	Casi nunca	0	0.00	0.00	0.00
	A veces	4	50.00	50.00	50.00
	Casi siempre	1	12.00	12.00	62.00
	Siempre	3	38.00	38.00	100
Total		8	100	100	

Fuente: *Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.*

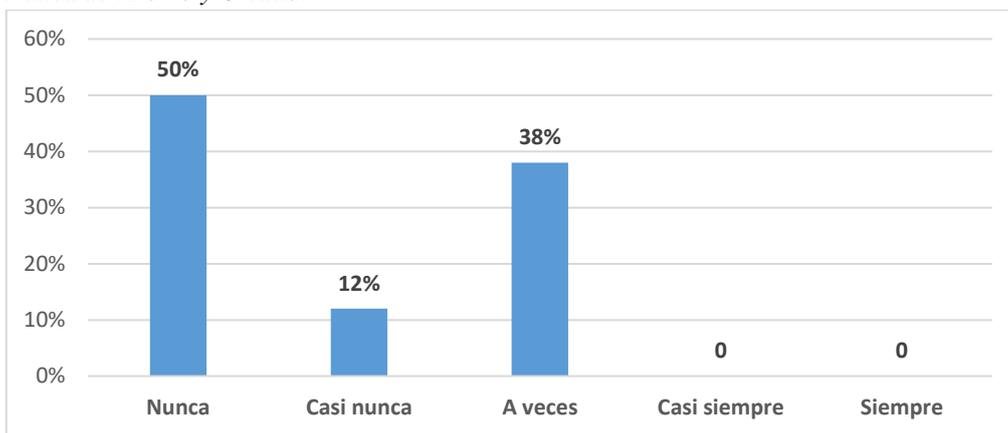


Figura 31 *Frecuencia de Recolección de Datos y Análisis (2)*
Fuente: *Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.*

De la Tabla 33 y de la figura 31, podemos observar que la recolección de datos y análisis se clasifica como “nunca” donde: 04 colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito relacionados al proceso de atención de quejas y reclamos manifiestan en las encuestas que “nunca” brindan información sobre las inspecciones que va a realizar la COOPAC para recaudar información sobre la queja o reclamo presentado, que vienen a ser el 50.00% del total encuestado, mientras que un 38% indica que si brinda información sobre las inspecciones y un

12% indica que casi nunca se brinda información. Por lo que se determina que la información sobre el recaudo de información hacia los socios es inadecuada en la COOPAC.

c) Evaluación y Respuesta

Tabla 34

Frecuencia de Evaluación y Respuesta (1)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	2	25.00	25.00	25.00
	Casi nunca	3	37.50	37.50	62.50
	A veces	3	37.50	37.50	100.00
	Casi siempre	0	0.00	0.00	0.00
	Siempre	0	0.00	0.00	0.00
Total		8	100	100	

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

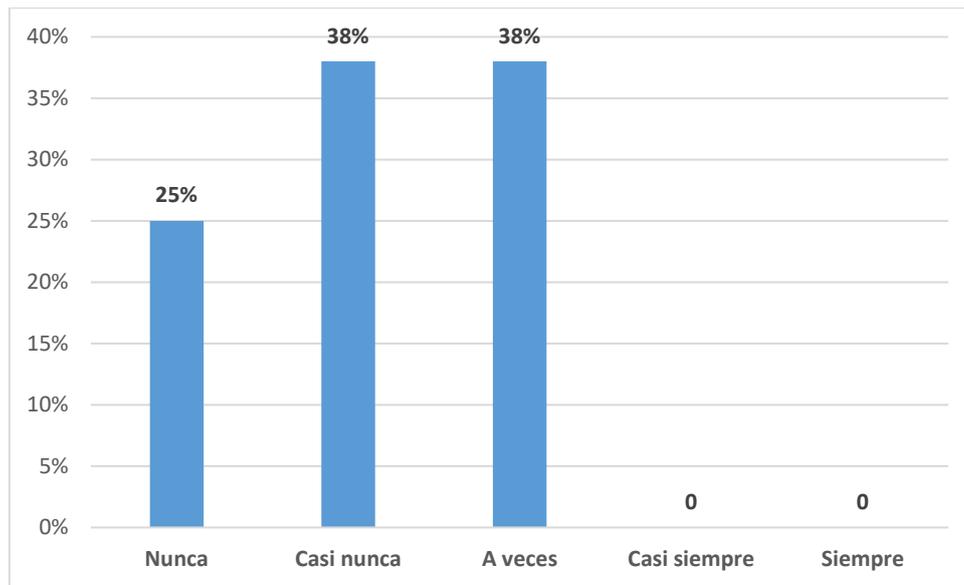


Figura 32 Frecuencia de Evaluación y Respuesta (1)

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

De la Tabla 34 y de la figura 32, podemos observar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito casi nunca y a veces envía algún documento al socio sobre la reunión de conciliación para dar solución a la queja o reclamo presentado: que vienen a ser el 76% del total encuestado, mientras que un 25% confirma que nunca envía algún documento al socio. Por lo que se determina que el envío del documento para dar aviso sobre la reunión de conciliación para dar solución a la queja o reclamo presentado por el socio es inadecuado en la COOPAC.

Tabla 35

Frecuencia de Evaluación y Respuesta (2)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	50.00	50.00	50.00
	Casi nunca	0	0.00	0.00	50.00
	A veces	4	50.00	50.00	100.00
	Casi siempre	0	0.00	0.00	0.00
	Siempre	0	0.00	0.00	0.00

Total 8 100 100

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

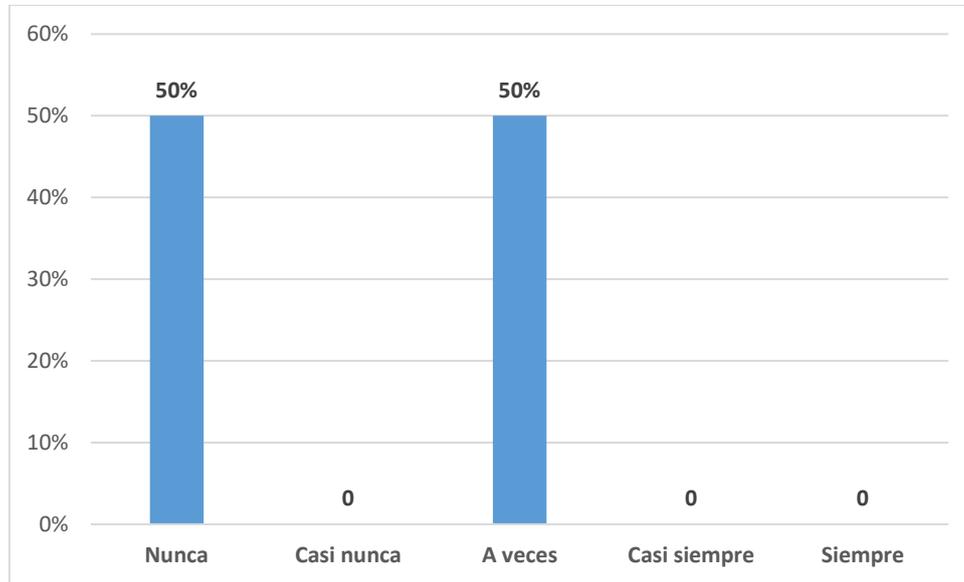


Figura 33 Frecuencia de Evaluación y Respuesta (2)

Fuente: Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

De la Tabla 35 y de la figura 33, podemos observar que los colaboradores involucrados en el proceso de atención de quejas y reclamos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito nunca y a veces proponen posibles soluciones a las quejas o reclamos presentados por los socios: que vienen a ser el 50% del total encuestado nunca y el otro 50% a veces. Por lo que se determina que los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito en su mayoría no propone posibles soluciones a la queja o reclamo presentado por los socios, brindando una atención inadecuada y afectando los niveles de satisfacción en la COOPAC.

Tabla 36
Frecuencia de Evaluación y Respuesta (3)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	0	0	0.00	0.00
	Casi nunca	0	0	0.00	0.00
	A veces	0	0	0.00	0.00
	Casi siempre	5	5	62.00	62.00
	Siempre	3	3	38.00	38.00
Total		8	100	100	

Fuente: *Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.*

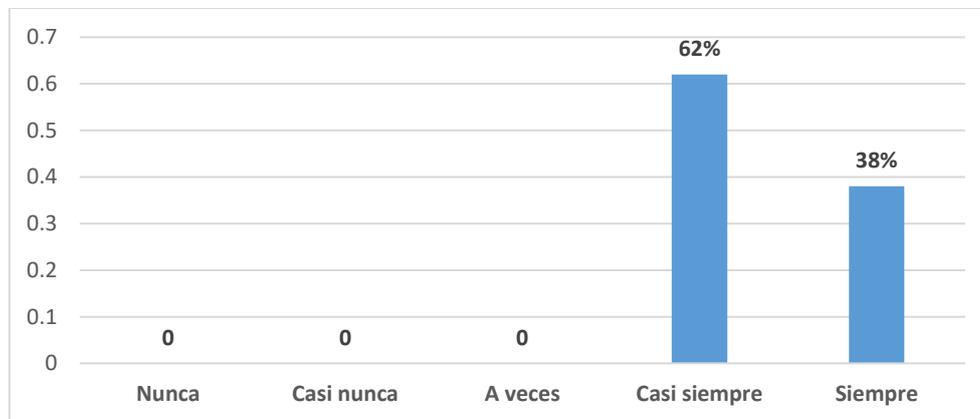


Figura 34 *Frecuencia de Evaluación y Respuesta (3)*

Fuente: *Elaboración Propia extraído del análisis del Cuestionario aplicado a 8 colaboradores de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.*

De la Tabla 36 y de la figura 34, podemos observar que la Cooperativa de Ahorro y Crédito casi siempre brinda al socio un documento que evidencie los resultados de su requerimiento (queja o reclamo), viniendo a ser el 62% del total encuestado, mientras que un 38% confirma que siempre brinda el documento de respuesta al socio. Por lo que se determina La Cooperativa de Ahorro y Crédito brinda al socio algún documento que evidencie los resultados de su queja o reclamo presentado es adecuada en la COOPAC.

4.2.3 Contrastación de Hipótesis

4.2.3.1 Contrastación de Hipótesis General:

- La propuesta de una definición de una política y el diseño del proceso de atención de quejas y reclamos mejora la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017

La Hipótesis General, pertenece a muestras y cuestionarios diferentes, no se puede hacer la constatación estadística, Por lo cual se considera solamente la contrastación de la discusión planteada.

4.2.3.2 Contrastación de Hipótesis Específica 1:

Para contrastar la hipótesis específica se ha utilizado la prueba no paramétrica de Chi-Cuadrado(χ^2), el cual nos ayuda a la medición nominal u ordinal:

- Hipótesis nula (H_0): No existe relación entre la dimensión la calidad de atención y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Hipótesis alternativa (H_1): Si existe relación entre la dimensión la calidad de atención y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

Apoyados de esta metodología que establece la correspondencia con la frecuencia observada (F_o) y con la frecuencia esperada (F_e). Valida la hipótesis de manera estadística y sustente la investigación.

Estadístico de Prueba Chi Tabla

Grados de Libertad = $(n \text{ de Filas} - 1) * (n \text{ de Columnas} - 1)$

GL= 3

P= 0,5

Tabla 37
Distribución Chi-Cuadrado(X²)

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418

Nota: P= Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el Chi Cuadrado tabulado, V= Grados de Libertad

Fuente: Elaboración Propia

Chi Tabla = 2,3660

Chi Crítico:

Tabla 38
Tabla de Frecuencias Observadas

	Mala	Regular	Buena	Excelente	Total
Pregunta 7	25	40	7	0	72
Pregunta 3	20	35	15	2	72
SUB TOTAL	45	75	22	2	144
	0,31	0,52	0,15	0,01	

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Tabla 39
Tabla de Frecuencias Esperadas

TABLA DE FRECUENCIAS ESPERADAS				
Mala	Regular	Buena	Excelente	Total
22,5	37,5	11,0	1	72
22,5	37,5	11,0	1	72
45	75	22	2	144

Fuente: *Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).*

Chi Prueba = 5,7979

Probabilidad = 0,1219

Se observa que el valor de Chi Prueba = 5,7979 es mayor que Chi Tabla = 2,3660; de acuerdo a lo establecido se rechaza la hipótesis Nula Ho.

4.2.3.3 Contrastación de Hipótesis Específica 2:

Para contrastar la hipótesis específica se ha utilizado la prueba no paramétrica de Chi-Cuadrado(χ^2), el cual nos ayuda a la medición nominal u ordinal:

- Hipótesis nula (Ho): No existe relación entre la dimensión tiempo de respuesta y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Hipótesis alternativa (H1): Si existe relación entre la dimensión tiempo de respuesta y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

Apoyados de esta metodología que establece la correspondencia con la frecuencia observada (F_o) y con la frecuencia esperada (F_e). Valida la hipótesis de manera estadística y sustente la investigación.

Estadístico de Prueba Chi Tabla

Grados de Libertad = (n de Filas - 1) *(n de Columnas - 1)

GL= 3

P= 0,5

Tabla 40
Distribución Chi-Cuadrado(X²)

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418

Nota: P= Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el Chi Cuadrado tabulado, V= Grados de Libertad

Fuente: Elaboración Propia

Chi Tabla = 2,3660

Chi Crítico:

Tabla 41
Tabla de Frecuencias Observadas

	Mala	Regular	Buena	Excelente	Total
Pregunta 7	25	40	7	0	72
Pregunta 5	29	29	12	2	72
SUB TOTAL	54	69	19	2	144
	0,38	0,48	0,13	0,01	

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Tabla 42
Tabla de Frecuencias Esperadas

Mala	Regular	Buena	Excelente	Total
27	34,5	9,5	1	72
27	34,5	9,5	1	72
54	69	19	2	144

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Chi Prueba = 5,3657

Probabilidad = 0,1469

Se observa que el valor de Chi Prueba = 5, 3657 es mayor que Chi Tabla = 2,3660; de acuerdo a lo establecido se rechaza la hipótesis Nula Ho.

4.2.3.4 Contrastación de Hipótesis Específica 3:

Para contrastar la hipótesis específica se ha utilizado la prueba no paramétrica de Chi-Cuadrado(X²), el cual nos ayuda a la medición nominal u ordinal:

- Hipótesis nula (Ho): No existe relación entre la dimensión gestión y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Hipótesis alternativa (H1): Si existe relación entre la dimensión gestión y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

Apoyados de esta metodología que establece la correspondencia con la frecuencia observada (Fo) y con la frecuencia esperada (Fe). Valida la hipótesis de manera estadística y sustente la investigación.

Estadístico de Prueba Chi Tabla

Grados de Libertad = (n de Filas -1) *(n de Columnas - 1)

GL= 3

P= 0,5

Tabla 43
Distribución Chi-Cuadrado(X²)

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418

Nota: P= Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el Chi Cuadrado tabulado, V= Grados de Libertad

Fuente: Elaboración Propia

Chi Tabla = 2,3660

Chi Crítico:

Tabla 44
Tabla de Frecuencias Observadas

	Mala	Regular	Buena	Excelente	Total
Pregunta 7	25	40	7	0	72
Pregunta 5	33	22	17	0	72
SUB TOTAL	58	62	24	0	144
	0,40	0,43	0,17	0,00	

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Tabla 45
Tabla de Frecuencias Esperadas

Mala	Regular	Buena	Excelente	Total
------	---------	-------	-----------	-------

29	31,0	12,0	0	72
29	31,0	12,0	0	72
58	62,0	24,0	0	144

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Chi Prueba = 12,7301

Probabilidad = 0,0053

Se observa que el valor de Chi Prueba = 12,7301 es mayor que Chi Tabla = 2,3660; de acuerdo a lo establecido se rechaza la hipótesis Nula Ho.

4.2.3.5 Contrastación de Hipótesis Específica 4:

Para contrastar la hipótesis específica se ha utilizado la prueba no paramétrica de Chi-Cuadrado(χ^2), el cual nos ayuda a la medición nominal u ordinal:

- Hipótesis nula (Ho): No existe relación entre la dimensión información y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.
- Hipótesis alternativa (H1): Si existe relación entre la dimensión información y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

Apoyados de esta metodología que establece la correspondencia con la frecuencia observada (F_o) y con la frecuencia esperada (F_e). Valida la hipótesis de manera estadística y sustente la investigación.

Estadístico de Prueba Chi Tabla

Grados de Libertad = $(n \text{ de Filas} - 1) * (n \text{ de Columnas} - 1)$

GL= 3

P= 0,5

Tabla 46
Distribución Chi-Cuadrado(X²)

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418

Nota: P= Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el Chi Cuadrado tabulado, V= Grados de Libertad

Fuente: Elaboración Propia

Chi Tabla = 2,3660

Chi Crítico:

Tabla 47
Tabla de Frecuencias Observadas

	Mala	Regular	Buena	Excelente	Total
Pregunta 7	25	40	7	0	72
Pregunta 5	16	50	6	0	72
SUB TOTAL	41	90	13	0	144
	0,28	0,63	0,09	0,00	

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Tabla 48
Tabla de Frecuencias Esperadas

Mala	Regular	Buena	Excelente	Total
20,5	45,0	6,5	0	72

20,5	45,0	6,5	0	72
41	90,0	13,0	0	144

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del software estadístico SPSS (2017).

Chi Prueba = 4,5761

Probabilidad = 0,2056

Se observa que el valor de Chi Prueba = 4,5761 es mayor que Chi Tabla = 2,3660; de acuerdo a lo establecido se rechaza la hipótesis Nula Ho.

4.2.3.6 Contratación de Hipótesis Especifica 5:

Pertenece a Encuestas a Colaboradores. Como pertenecen a muestras y cuestionarios diferentes, no se puede hacer la constatación estadística. Por lo cual consideramos solamente la contrastación de la discusión planteada con anterioridad.

CAPITULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión

Concluido el capítulo anterior referido al procesamiento de datos de los resultados, es necesario discutir estos resultados con los antecedentes de la información encontrada en la revisión de la literatura y marco teórico; a continuación, se presenta la discusión de resultados de la presente investigación:

En el **Capítulo II**, dentro de los Antecedentes de la investigación se rescata lo más importante de la información revisada, dentro de ella:

Calle L. (2013) concluye: “la necesidad de contar con tiempos establecidos de atención en respuestas al cliente, como fuente primordial para la organización generando un buen nivel de satisfacción y evitando futuras sanciones por parte de las organizaciones reguladoras.”

De la investigación se determina que la COOPAC no cuenta con tiempos establecidos para la atención de las respuestas que se brindan a socios que presentan sus quejas y/o reclamos, no considerando que la variable de tiempo es fuente primordial para la institución, generando con ello un bajo nivel de satisfacción que conllevaría a futuras sanciones por parte de las entidades reguladoras.

Rocha L. (2015) concluye: “toda empresa tiene garantizado el éxito enfocándose en la competitividad y diferenciación, pero ello es sólo es validado por el cliente.”

De la investigación se determina que la COOPAC, no cuenta con diferenciación en el mercado por el buen servicio que brinda a sus socios, siendo una de las

herramientas más poderosas y más agotadas por las empresas para poder marcar la diferencia entre las demás y así contar con una ventaja competitiva.

Narváez M. (2012) concluye: “es necesaria un área de atención al cliente especializado para estos requerimientos para mayor agilidad, efectividad y evitar reprocesos.”

De la investigación se determina que la COOPAC, cuenta con un área de atención al socio, que presenta deficiencias en los requerimientos solicitados por los socios y que el proceso actual es lento, no muy efectivo y genera reprocesos en varios niveles. No garantizando buen servicio en los tiempos de respuesta, generando la insatisfacción de los socios.

Asimismo, en las bases teóricas lo más resaltante de la información revisada:

Escudero (2013) concluye que “toda finalidad de la gestión por procesos es asegurar los procesos de la organización, desarrollándola de manera ordenada, buscando el mejoramiento de la efectividad y satisfacción de las partes interesadas”. El marco teórico aplicado por el autor mencionado, no aplica para la COOPAC estudiada, ya que dicha cooperativa aún no cuenta con procesos establecidos, no existiendo un procedimiento para la atención de las quejas y/o reclamos que sean una guía para la en la atención al socio.

Martínez F. (2012) concluye: “el tiempo es perecedero, es un recurso escaso, totalmente inelástico, no es almacenable ni se puede guardar, es el recurso más valioso que poseemos”. En términos generales en la Cooperativa de Ahorro y Crédito, los colaboradores aun no toman conciencia que deben realizar su trabajo

de manera eficiente para garantizar su puesto de trabajo en la organización, malgastan y no cumplen con todas sus obligaciones referidas al proceso de atención de quejas y/o reclamos, piensan que por dedicar más tiempo a una tarea significa que está bien.

Ferreira, Iñiguez & Arburua M. (2010) concluyen que tiempo de espera para los clientes es la primera etapa en la atención, para ello debe de mostrarse eficiente y muy ágil para tener una percepción buena por parte de los clientes, evitando el malestar en ellos, manteniendo la fidelización y posicionamiento en el mercado. A nivel de las entidades financieras y similares en el mercado, este punto mencionado es un factor determinante que el cliente opte por seguir o irse con la competencia, sin embargo, para la COOPAC, este punto no es determinante puesto que considera que, si se va un socio, luego llega otro, o de manera persuasiva detienen su salida con obsequios.

Gutiérrez, (2010) concluye que para cumplir efectivamente con el ciclo PHVA, es importante considerar y aplicar las herramientas básicas: planear, hacer, verificar y actuar, siendo de gran utilidad para la estructuración y ejecución de proyectos de mejora de la calidad en todos los niveles jerárquicos de una institución. En términos generales la COOPAC, en la actualidad no se ha enfocado a la mejora de la calidad y la productividad, para el logro de sus objetivos, considera que su día a día al presentarse una queja y/o reclamo es simplemente resolver de momento no

guardando registro alguno para en un futuro cubrir con la misma contingencia el incidente.

5.2 Conclusiones

Se presentan las principales conclusiones de la investigación realizada, teniendo como resultado la aceptación de la Hipótesis planteada, concluyendo que si existe relación directa entre la variable Satisfacción y Manejo del Proceso de atención de quejas y reclamos.

Del Objetivo General:

Proponer una política y el diseño del proceso de atención de quejas y reclamos mejora la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

Conclusión:

Con la propuesta de una política y diseño del Procedimiento para la Atención de Quejas y Reclamos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito se mejorara la satisfacción del socio reduciendo los tiempos de atención de las respuestas dadas a los socios que presentan quejas y/o reclamos, puesto que dentro del contenido del documento de gestión se establecen tiempos específicos para la atención de cada área involucrada dentro del proceso de atención de quejas y reclamos, estableciendo de esta manera parámetros en días para el análisis y nivel de solución, los mismos que ayudan a la reducción de los tiempos de respuesta a la quejas y/o reclamos presentados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Asimismo, se eliminan los reprocesos en los niveles de solución, haciendo el proceso de atención de quejas y reclamos más dinámico, reduciendo de esta manera los tiempos en la atención de las respuestas efectuadas a los socios que presenten una queja y/o reclamo en la cooperativa de ahorro y crédito, manteniéndose dentro de los rangos establecidos por los entes reguladores y mejorando el nivel de satisfacción de los socios.

Objetivos Específico 1

Determinar la relación que existe entre la dimensión calidad de atención y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

Conclusión 1:

La primera conclusión específica permite afirmar que, si existe relación entre la dimensión calidad de atención y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017, toda vez que el Chi Prueba es mayor que 2,3660, en este caso el valor es de 5,7979.

Objetivos Específico 2

Determinar la relación que existe entre la dimensión tiempo de respuesta y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

Conclusión 2:

La segunda conclusión específica permite afirmar que, si existe relación entre la dimensión tiempo de respuesta y la satisfacción de los socios en una Cooperativa

de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017, toda vez que el Chi Prueba es mayor que 2,3660, en este caso el valor es de 5,3657.

Objetivos Específico 3

Determinar la relación que existe entre la dimensión gestión y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

Conclusión 3:

La tercera conclusión específica permite afirmar que, si existe relación entre la dimensión gestión y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017, toda vez que el Chi Prueba es mayor que 2,3660, en este caso el valor es de 12,7301.

Objetivos Específico 4

Determinar la relación que existe entre la dimensión información y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

Conclusión 4:

La cuarta conclusión específica permite afirmar que, si existe relación entre la dimensión información y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017, toda vez que el Chi Prueba es mayor que 2,3660, en este caso el valor es de 4,5761.

Objetivos Específico 5

Conocer el manejo del proceso de atención de quejas y reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.

Conclusión 5:

Utilizando la ficha de entrevista realizada a los colaboradores del área de atención de quejas y reclamos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, se concluye que el manejo del proceso de atención de quejas y reclamos es Inadecuado.

Con los resultados obtenidos en la presente investigación se puede considerar que la aplicación de la Teoría Kaizen y el Ciclo PVHA mejora la calidad del servicio en cuanto al proceso de la atención de quejas y reclamos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito. Generando así una mayor confianza por parte de los socios; el cual consiste en dar un buen servicio y producto.

El desarrollo de la Teoría Kaizen y el Ciclo PVHA en la cooperativa de ahorro y crédito tomada como caso de estudio, puede reducir el nivel de No Satisfacción y reducción del número de quejas y reclamos presentados por los socios, llegando a tener un procedimiento para la atención de quejas y reclamos enfocado a la mejora continua de los procesos. Generando asimismo confianza en los socios sostenible en el tiempo.

- La propuesta del procedimiento tiene por objetivo optimizar los procesos actuales mediante la reducción de los tiempos de respuesta a las quejas y/o reclamos presentadas por los socios, y el incremento de la calidad del servicio y la satisfacción del socio; en este enfoque están basada la propuesta de del procedimiento de atención de quejas y reclamos, basado en el análisis de los

problemas más relevantes determinados en el diagnóstico de la situación actual de la cooperativa de ahorro y crédito.

- El proceso de atención a las quejas y/o reclamos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito tendrá una mejora en la atención, con las propuestas de los procesos como el flujo grama y el Procedimiento de Atención de Quejas y Reclamos con los cuales se mejorará los controles de tiempo de respuesta de las quejas y/o reclamos interpuestos por los socios, además de ser una herramienta de trabajo permanente para todo el personal en caso de un presentarse una queja y/o reclamo.
- Con la propuesta del procedimiento se espera una baja en el índice de renuncia hacia la cooperativa de ahorro y crédito, por descuento indebido, mala información, que equivalen conforme a lo investigado al 68%, mejorando en la atención personalizada, el tiempo de respuesta a los requerimientos de los socios y esto conlleva a brindarles un mejor servicio.
- Después de tener el diagnóstico más claro, conforme a las teorías aplicadas en la presente investigación de Kayzen y el Ciclo PVHA, se pueden tomar decisiones teniendo identificadas las causas de los problemas a solucionar; abriendo camino para el mejoramiento del Proceso de Atención de Quejas y Reclamos.

5.3 Recomendaciones

Por otro lado, a partir de la investigación realizada, se plantean las siguientes recomendaciones para la propuesta del procedimiento de atención de quejas y reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito:

Recomendación General

Se recomienda tomar en cuenta esta propuesta de Procedimiento de Atención de Quejas y Reclamos, pues se cuenta con fundamentos para la mejora de este proceso y área que se tomó como referencia para el presente estudio. Por cuanto puede ser utilizado por toda Cooperativa de Ahorro y Crédito que desee implementar el área de atención al socio o mejorarla estableciendo los controles de tiempo adecuados conforme a la política presentada.

Recomendación 1

Se recomienda brindar capacitación al personal involucrado en el procedimiento de Atención de Quejas y Reclamos de la Cooperativa de Ahorro y Créditos estudiada, vinculada a la satisfacción de las necesidades y exigencias del socio, para mejorar la Calidad de Atención al socio.

Recomendación 2

Se recomienda realizar la atención oportuna a las solicitudes de las quejas y reclamos presentados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito estudiada, alineado a los tiempos establecidos en el procedimiento de atención de quejas y reclamos propuesto para la incrementar el nivel de satisfacción del socio.

Recomendación 3

Se recomienda brindar capacitación al personal involucrado en el procedimiento de Atención de Quejas y Reclamos de la Cooperativa de Ahorro y Créditos estudiada, vinculada a las herramientas con las que cuentan para poder brindar una óptima gestión de las quejas y/o reclamos presentados por los socios, lo cual va a permitir mejorar el indicador de gestión del procedimiento de atención de quejas y reclamos.

Recomendación 4

Se recomienda brindar capacitación al personal, en el alcance específico del tratamiento de las quejas y reclamos recibidos por parte de los socios, que debe seguir cada tipo de queja y/o reclamo, por la importancia de mantener informado desde el inicio de cada queja y/o reclamo al socio, cuales son los tiempos de atención, que para evitar malestar del socio.

Recomendación 5

Se recomienda implementar la propuesta del diseño del proceso de atención de quejas y reclamos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito estudiada, lo que permitirá mejorar la satisfacción del socio, contando con un procedimiento como guía que será la base para la buena atención a los socios y mejorar el nivel de satisfacción.

Asimismo, se recomienda a la Gerencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito que pueda evaluar las causas halladas en el presente estudio, el mismo que cuenta con la información vigente que no se está considerando. Que la teoría de Kaizen y el

Ciclo PVHA se pueda aplicar en todas las áreas/departamentos ya que sería de gran utilidad para dar revisión a los procedimientos vigentes, considerando que su aplicación es de fácil acción para el personal.

Se recomienda que la Cooperativa de Ahorro y Crédito evalúe al personal y genere capacitaciones para su mejora en la calidad en el servicio ofrecido a los socios, aplicando las políticas de mejora en la prestación de servicios, aplicando innovaciones como el documento de gestión (procedimiento) elaborado en la presente investigación para eliminar los retrasos en las respuestas a las quejas y/o reclamos diversos en beneficio de los socios.

Se recomienda considerar como base la presente investigación para futuras tesis de tipo experimental, implementando y poniendo en marcha el proyecto del procedimiento de atención de quejas y reclamos.

Referencias bibliográficas

Barboza, R. & Rojas, A. (1995), Teoría de colas de espera: Modelo integral de aplicación para la toma de decisiones, Trujillo, Perú.

Calcular la muestra correcta. Recuperado de:
<https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>

Calle L. (2013) en su tesis titulada: Desarrollo de una Solución para Automatizar los Procesos de Atención de Reclamos de una Entidad Financiera, Utilizando Un Sistema De Gestión Por Procesos De Negocio (BPMS). Recuperado de:
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4804/CALLE_L_IZET_DESARROLLO_AUTOMATIZAR_PROCESOS_ENTIDAD_FINANCIERA_NEGOCIO_BPMS.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Cano Riva, A. F., & Vilca Tipacti, K. I. (2017) en su tesis titulada: El Impacto de la reducción de los tiempos de espera en la calidad de atención para los visitantes del Banco de Crédito del Perú. Recuperado de:
http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1601/TESIS_ANA_%20FABIOLA%20KARLA%20ISABEL.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Congreso de la Republica. (22 de Setiembre de 2008). LEY N° 26702 Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia. Obtenido de congreso:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8CEF5E01E937E76105257A0700610870/\\$FILE/26702.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8CEF5E01E937E76105257A0700610870/$FILE/26702.pdf)

Cooperativa de las Américas. (30 de Julio de 2014). Nuevo informe estadístico mundial sobre las cooperativas de ahorro y crédito. Obtenido de aci.americas:
<https://www.aciamericas.coop/Nuevo-informe-estadistico-mundial>

Cooperativa El Tumi. (2017). Memoria Anual. Lima: Planeamiento y organización.

Chavez Somoza, O. D. (2017). Propuesta para mejorar el proceso de atención de los reclamos de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito El Tumi, 2017.

Recuperado el 2017, de repositorio.usil:

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3482/4/2017_Chavez-Somoza.pdf

Chumpitazi A. Salcines V. (2011) Desarrollo e Implementación del Módulo de Atención

de Reclamos, Recuperado de:

<http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/578760/2/Tesis+Chumpitazi+-+Salcines.pdf>

Díaz J. (2011), Crono fenomenología: El tiempo subjetivo y el reloj elástico, Salud Mental 34:379-389

Distribución Chi-Cuadrado (X2) recuperado de:

<https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/MBE04/5266>

Escudero, C. H. (213). Manual De Auditoria Médica. (E. Dunken, Editor) Obtenido de

[books:https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XSr2AAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=Escudero,+C.+H.+\(2013\).+Manual+de+Auditor%C3%ADa+M%C3%A9dica.+Buenos+Aires:+Editorial+Dunken.&ots=oKSswAV6RT&sig=DmU3CagiprleJD-iYOxAQ-K7u8Y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XSr2AAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=Escudero,+C.+H.+(2013).+Manual+de+Auditor%C3%ADa+M%C3%A9dica.+Buenos+Aires:+Editorial+Dunken.&ots=oKSswAV6RT&sig=DmU3CagiprleJD-iYOxAQ-K7u8Y#v=onepage&q&f=false)

Farro Chumbes, D. A. (Octubre de 2013). Diseño de un Modelo de Gestión del Conocimiento para las Cooperativas de Ahorro y Crédito de Lima Metropolitana.

obtenido de tesis.pucp:

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5218/FARR>

O DANIEL DISEÑO MODELO GESTION CONOCIMIENTO COOPERATIVAS
AHORRO CREDITO LIMA METROPOLITANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

FEDEAC. (2018). Organismos Cooperativos Internacionales. Obtenido de FEDEAC:
<https://fedecac.com/organismos-internacionales/>

FENACREP. (Diciembre de 2014). Evolución de las Principales Cuentas e Indicadores de las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COOPAC). Obtenido de FENACREP:
<https://www.fenacrep.org/assets/media/imagenes/4to-trimestre-2014.pdf>

FENACREP. (2016). Información General ¿Qué es una Cooperativa? obtenido de FENACREP: <https://www.fenacrep.org/2-18-coopac>

FENACREP. (17 de Marzo de 2016). MEMORIA INSTITUCIONAL 2015. Obtenido de FENACREP:https://www.fenacrep.org/assets/media/documentos/Memoria_2015.pdf

Fernández- Ríos, M. & C. Sánchez, J. (1997). Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación. Madrid: Díaz de Santos.

Ferreira, E., Iñiguez, P., & Arburua, M. (2010), Los Procesos Estocásticos: El Caso de los Modelos de Espera en Fila.

Gago, C. (Marzo de 2017). Revista de las Cooperativas. Revista de las Cooperativas, 1-32.

Galindo Soria, U. (2017). Implementación de las 5s Para Mejorar la Productividad en el Área de Almacenes en la Empresa Promos Perú SAC. Recuperado el 2017, de repositorio.ucv:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13433/Galindo_SU.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García Alcaraz, J. L. (2014). Beneficios del Kaizen en la Industria. Recuperado el 2017, de [s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46968898/85851.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DBeneficios_del_Kaizen_en_la_Industria.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20200124%2Fus-east-1%](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46968898/85851.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DBeneficios_del_Kaizen_en_la_Industria.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20200124%2Fus-east-1%2F)

Gómez Jiménez, F. A. (09 de Mayo de 2008). Aplicación de teoría de colas: en una entidad financiera: herramienta para el mejoramiento de los procesos de atención al cliente. Obtenido de scholar.google: <file:///C:/Users/norma/Downloads/154-Texto%20del%20art%C3%ADculo-454-1-10-20110328.pdf>

González López, J. C. (Setiembre de 2013). LAS 5 “S” Una Herramienta para Mejorar la Calidad, en la Oficina Tributaria de Quetzaltenango, de la Superintendencia de Administración Tributaria en la Región Occidente. Recuperado el 2017, de BIBLIO3.URL: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Gonzalez-Juan.pdf>

Gutiérrez Pulido, Humberto (2010). Calidad Total y Productividad. Editorial Mc Graw Hill. Tercera Edición.

Harrington, H. J. (1995). Mejoramiento de los procesos de la empresa. Colombia: McGraw-Hill, 1995. --299p

INDECOPI. (17 de Diciembre de 2010). Decreto Supremo que Aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Obtenido de www.indecopi.gob.pe:

<https://www.indecopi.gob.pe/documents/36537/201735/Reglamento+del+Libro+de+Reclamaciones.pdf/c329188f-a42d-4216-b1e6-a0df2a66d55c>

INDECOPI. (01 de 09 de 2010). Ley N° 26571 Código de Protección y Defensa del Consumidor. Obtenido de www.indecopi.gob.pe:

<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>

INDECOPI. (2017). Gerencia de Estudios Económicos. Reporte de Estadísticas Institucionales, 1-49. International Organization for Standardization. (2015).

ISO 9000:2015 Sistemas de Gestión de Calidad - Fundamentos y vocabulario. Ginebra, Suiza.

Juárez Gómez, C. V. (OCTUBRE de 2009). Propuesta para Implementar Metodología 5 s en el Departamento de Cobros de la Subdelegación Veracruz Norte IMSS. Obtenido de UV: <https://www.uv.mx/gestion/files/2013/01/CARLA-VIOLETA-JUAREZ-GOMEZ.pdf>

Lind D., Marchal W, Wathen S., 2008, "Estadística aplicada a los negocios y la economía", Editorial Mc. Graw Hill, China.

MARTÍNEZ GUILLÉN, M. (2013). LA GESTIÓN EMPRESARIAL EQUILIBRANDO OBJETIVOS

Y VALORES. Recuperado el 2017, de BOOKS:

<https://books.google.com.pe/books?id=JEGXggAcH->

[UC&pg=PA79&lpg=PA79&dq=es+perecedero,+es+un+recurso+escaso,+totalmente](https://books.google.com.pe/books?id=JEGXggAcH-UC&pg=PA79&lpg=PA79&dq=es+perecedero,+es+un+recurso+escaso,+totalmente)

+inel%C3%A1stico,+no+es+almacenable+ni+se+puede+guardar,+es+el+recurso+m
%C3%A1s+valioso+que+poseemos%E2%80%9D&source=bl&ots=KRVY76ZMIO&sig

Narváez M. (2012). Plan de Mejoramiento Calidad de Servicio Banco de Bogotá.

Recuperado

de:<https://bdigital.uniquindio.edu.co/bitstream/001/2238/1/trabajo%20final%20banco%20de%20bogota.pdf>

NORMAS ISO. (15 de SETIEMBRE de 2015). *NORMA ISO 900:2015*. Obtenido de UMC:

<http://www.umc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/ISO%209000-2015.pdf>

Muñoz, Katherine «Desarrollo de un sistema de gestión de reclamaciones, fundamentados en la norma ISO 10002:2004. (N° 4, 2011) Recuperado de:

http://www.laccei.org/LACCEI2011-Medellin/published/PM092_Munoz.pdf

Pérez, J. A. (2010). *Gestión por procesos (4ta ed.) (Vol. 4ta Edición)*. Madrid, España: EISIC EDITORIAL.

Política de Atención al Socio V.1 – 2015 (Cooperativa El Tumi) POL-ATT-001

Redondo, A. (2015). Engagement y clima organizacional en cooperativas. VII Congreso

Internacional de Investigación y Práctica Profesional. Obtenido de academica:

<https://www.aacademica.org/000-015/396.pdf>

Reglamento de Créditos de la COOPAC V.1 – 2017 (Cooperativa El Tumi) REG-CRE-001

Reporte Estadístico Diciembre 2017, Año 18, N° 171, Enero de 2018. Recuperado de:

<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/174845/4toTrimestre/021efbdc-3778-4225-00f2-a8f827d44d98>

Rocha L. (2015) en su tesis titulada: Implementación de un Sistema de Administración de Incidentes en Atención al Cliente para una Empresa de Telecomunicaciones.

Recuperada de:

<http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/314/44102442.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

SBS. (2017). Infórmate sobre los Reclamos a las Empresas Supervisadas. Obtenido de SBS: <http://www.sbs.gob.pe/usuarios/informate-y-compara/informate-sobre-los-reclamos-a-las-empresas-supervisadas>

Suárez-Barraza, M. F. (2008). Encontrando al Kaizen: Un análisis teórico de la Mejora Continua. Recuperado el MARZO de 2017, de GIDE: http://gide.unileon.es/admin/UploadFolder/07_285_311.pdf

Tablas de resolución de reclamos a las instituciones bancarias según la SBS (2016) Recuperado de: <http://www.sbs.gob.pe/usuarios/informate-y-compara/informate-sobre-los-reclamos-a-las-empresas-supervisadas>

Trejo Medina, D. (2017). INTRODUCCIÓN A LA INGENIERÍA DE SOFTWARE, PLANEACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS INFORMÁTICOS. Recuperado el 2017, de BOOKS:https://books.google.com.pe/books?id=u8pFDwAAQBAJ&pg=PA44&lpg=PA44&dq=Es+uno+de+los+recursos+m%C3%A1s+importantes,+algo+que+no+se+puede+ahorrar,+no+retrocede,+no+se+puede+recuperar&source=bl&ots=j8CoICfGNH&sig=ACfU3U17Gzcfj0bNIhDCGxsRQAYQ23JQ_Q&hl=es-419&

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – Modelo de Encuesta

http://virtual.uptc.edu.co/servicios/mod/questionnaire/view.php?id=1088&user_name=guest

WOCCU (ENERO de 2017) World Council of Credit Unions. Obtenido de WOCCU:
www.woccu.org/

ZARATIEGUI, J. (1999). La gestión por procesos: Su papel e importancia en la empresa.
 Obtenido de slideshare.net: file:///C:/Users/PC-29/Desktop/12jrza_1.pdf

Abreviaturas

- CMAC: Caja Municipal de Ahorro y Crédito
- CRAC: Caja Rural de Ahorro y Crédito
- COOPAC: Cooperativa de Ahorro y Crédito
- FENACREP: Federación de Cooperativas de Ahorro y Crédito
- INDECOPI: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual
- MYPE: Micro y Pequeña Empresa
- SAC: Servicio de Atención al Ciudadano
- SBS: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP
- OEP: Oficinas Especiales Permanentes
- WOCCU: World Council of Credit Unions

Glosario de Conceptos

Atención al Cliente (Socio): El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia de la imagen y la reputación del mismo. (Jaques Horovitz 2007, citado en Aguilar Morales, J. E., & Vargas Mendoza, J. E. 2010)

- **Calidad en el servicio:** Es el hábito del desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendiendo con mayor valor a lo esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización. (Pizzo, 2013 citado en Cano Riva, A. F., & Vilca Tipacti, K. I. ,2017)
- **Calidad:** Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, practicando activamente en el desarrollo de los productos o en la prestación de servicios. (Álvarez, 2006 citado en Cano Riva, A. F., & Vilca Tipacti, K. I. ,2017)
- **Cliente (Socio):** Es la persona natural o jurídica que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo. (Thompson, 2009 citado en Cano Riva, A. F., & Vilca Tipacti, K. I. ,2017)

- **Satisfacción al Socio:** Es un término que se utiliza con frecuencia en marketing. Es una medida de cómo los productos y servicios suministrados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente. (Cano Riva, A. F., & Vilca Tipacti, K. I., 2017)
- **Servicio:** Es el medio para entregar valor a los clientes, facilitando resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos. (Bon, 2008 citado en Cano Riva, A. F., & Vilca Tipacti, K. I., 2017)
- **Tiempo:** Es una magnitud física con la que medimos la duración o separación de acontecimientos. El tiempo permite ordenar los sucesos en secuencias, estableciendo un pasado, un futuro y un tercer conjunto de eventos ni pasados ni futuros respecto a otro. (Cano Riva, A. F., & Vilca Tipacti, K. I., 2017)
- **Usuarios:** Son personas que aún no guardan relación directa con el producto o servicio de la Cooperativa, también llamadas en otras entidades como visitantes o no socios.
- **Kaizen:** Término japonés que significa mejora continua gradual haciendo pocas de una mejor manera, y estableciendo y alcanzando estándares cada vez más altos. (PEARSON EDUCACIÓN SAC, 2006)
- **Socio:** Personas con quienes la Cooperativa, tienen una relación expresamente asociativa y/o comercial.
- **Consulta:** Es la petición que realiza el socio o usuario ante una situación de desconocimiento, duda o incertidumbre de una operación realizada o a realizar con la Cooperativa respecto a algún producto o servicio.
- **Reclamo:** Manifestación que un consumidor realiza al proveedor a través de una Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una

disconformidad relacionada a los bienes expendidos o suministrados o a los servicios prestados. (Ley del Código de Protección y Defensa del Consumidor 2010)

- **Queja:** Manifestación que un consumidor realiza al proveedor a través de una Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una disconformidad que no se encuentra relacionada a los bienes expendidos o suministrados o a los servicios prestados; o, expresa el malestar o descontento del consumidor respecto a la atención al público, sin que tenga por finalidad la obtención de un pronunciamiento por parte del proveedor. (Ley del Código de Protección y Defensa del Consumidor 2010)
- **Formulario:** Documento mediante el cual se ejecuta la petición de una queja o reclamo.
- **Canales de atención:** Son los medios por los cuales los socios o usuarios pueden presentar sus quejas o reclamos con la Cooperativa.
- **Cooperativa de Ahorro y Crédito:** institución del sistema financiero que tienen como objetivo servir las necesidades de financiamiento de sus socios.
- **Proceso:** Los procesos son dinámicos y gestionados según una finalidad. Un proceso puede seguir un procedimiento.
- **Procedimiento:** Son una secuencia de pasos fijos. Se implementa y no sufren grandes cambios.

ANEXOS

Anexo 1 Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del consumidor

Conforme a la presente investigación se tomaron extractos de los principales artículos de la Ley N° 29571, los cuales sustentan la presente investigación presentando los principios generales que son aplicados a los procedimientos de atención a las reclamaciones y/o quejas en materia de servicios regulados.

INDECOPI (2010) expone que

Artículo I.- Contenido

El presente Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú.

Artículo II.- Finalidad

El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código.

INDECOPI (2010) en referencia a la atención de los reclamos nos presenta:

Artículo 24.- Servicio de atención de reclamos

24.1 Sin perjuicio del derecho de los consumidores de iniciar las acciones correspondientes ante las autoridades competentes, los proveedores están obligados a atender los reclamos presentados por sus consumidores y dar respuesta a los mismos en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario. Dicho plazo puede ser extendido por otro igual cuando la naturaleza del reclamo lo justifique, situación que es puesta en conocimiento del consumidor antes de la culminación del plazo inicial.

24.2 En caso de que el proveedor cuente con una línea de atención de reclamos o con algún medio electrónico u otros similares para dicha finalidad, debe asegurarse que la atención sea oportuna y que no se convierta en un obstáculo al reclamo ante la empresa.

24.3 No puede condicionarse la atención de reclamos de consumidores o usuarios al pago previo del producto o servicio materia de dicho reclamo o del monto que hubiera motivado ello, o de cualquier otro pago.

Según la Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor (2010); se deben de regir bajo el “Artículo 64.- Principios generales aplicables a los procedimientos de reclamaciones en materia de servicios públicos regulados”

64.1 En la tramitación de los procedimientos de reclamaciones interpuestas por los usuarios de los servicios públicos regulados, rigen los siguientes principios:

- b. Principio de celeridad: Las reclamaciones de los usuarios deben ser atendidas y solucionadas sin exceder el plazo fijado para las mismas. En caso de que el reclamo no sea resuelto por el proveedor dentro del plazo fijado, se aplica el silencio administrativo positivo y se da la razón al reclamante.
- c. Principio de concentración procesal: Las reclamaciones de los usuarios deben ser atendidas y solucionadas tendiendo a una reducción de los actos procesales, sin afectar el derecho al debido procedimiento.
- d. Principio de simplicidad: Los procedimientos de reclamaciones de usuarios deben ser atendidos y solucionados con las formalidades mínimas siempre que aseguren la adecuada protección a los derechos del usuario.
- e. Principio de transparencia: Las reclamaciones de los usuarios deben ser atendidas y solucionadas, garantizando el acceso de estos al expediente y a la información sobre el procedimiento, en cualquier etapa de las mismas, con las restricciones que establezca la Ley.
- f. Principio de no discriminación: En los procedimientos de reclamaciones, no se discrimina entre los usuarios de servicios de naturaleza equivalente.
- g. Principio de responsabilidad: Los órganos competentes a cargo de la tramitación de las reclamaciones presentadas por los usuarios son responsables de los actos procesales que ejecuten.
- h. Principio de gratuidad: La interposición de reclamaciones de los usuarios de servicios públicos es gratuita.
- i. Principio de presunción de veracidad: Se presume que, en la interposición de sus reclamaciones, los usuarios expresan la verdad sobre su identidad y

condición de usuario del servicio, sin perjuicio de las verificaciones posteriores pertinentes.

- j. Principio de eliminación de exigencias costosas: No se exige la presentación de documentos que contengan información que la propia entidad que los solicita posea o deba poseer por haber sido generada en cumplimiento de sus funciones.
- k. Principio de sub sanación: En los procedimientos de reclamaciones de usuarios, los órganos establecidos para atender las mismas, que adviertan errores u omisiones en el procedimiento, deben encausarlos de oficio.
- l. Principio de buena fe en los procedimientos: Las partes intervinientes en un procedimiento de reclamación realizan sus respectivos actos procedimentales guiados por el respeto mutuo, la colaboración y la buena fe. Ninguna actuación en el procedimiento de reclamación puede realizarse de modo tal que ampare alguna conducta contra la buena fe procesal.

64.2 Los escritos presentados en el procedimiento de reclamaciones no requieren firma de abogado. Asimismo, en dichos procedimientos, no es obligatorio que los usuarios de servicios públicos cuenten con la asesoría de un abogado.

Artículo 65.- Atención de reclamaciones

Los usuarios tienen derecho a que sus reclamaciones vinculadas a la prestación de servicios públicos sean resueltas en última instancia administrativa por el organismo regulador respectivo.

Las instancias competentes, sus facultades y los procedimientos que rigen su actuación son los establecidos en las respectivas disposiciones emitidas por los organismos reguladores.

Sin perjuicio de ello, los prestadores de los servicios públicos deben implementar un sistema en el que deben registrarse todas las reclamaciones que presenten los usuarios de los servicios públicos. Este registro debe permitir hacer un seguimiento de estas desde su inicio hasta la emisión de la resolución correspondiente por parte de la empresa proveedora del servicio público.

Registrada una reclamación, la empresa proveedora del servicio público informa al usuario respecto del número o código de registro de la misma.

La empresa proveedora del servicio público debe remitir al organismo regulador correspondiente, periódicamente, un reporte de las reclamaciones presentadas, de acuerdo a su respectiva regulación sectorial.

Artículo 66.- Garantía de protección a los usuarios de servicios públicos regulados.

66.1 La empresa proveedora del servicio público debe proporcionar al usuario reclamante, a su solicitud, información oportuna respecto al estado de los procedimientos de reclamación tramitados por este.

66.2 La empresa proveedora del servicio público no puede condicionar la atención de las reclamaciones formuladas por los usuarios al pago previo del monto reclamado.

66.3 La empresa proveedora del servicio público no puede suspender la prestación del servicio basándose en la falta de pago de los montos objeto

de reclamación en tanto esta no haya sido resuelta ni puede efectuar gestiones de cobranza por dichos montos mientras la reclamación presentada se encuentre en trámite.

66.4 Los usuarios tienen derecho a recibir el servicio público de acuerdo con los parámetros de calidad y condiciones establecidos por la normativa sectorial correspondiente. Para tal fin, los usuarios deben realizar el pago oportuno de la contraprestación respectiva y hacer uso del servicio de acuerdo con los fines para los cuales fue contratado.

66.5 Los usuarios de servicios públicos tienen derecho a la continuidad del servicio y los proveedores son responsables por dicho incumplimiento de acuerdo con la normativa pertinente.

66.6 Los usuarios tienen derecho a la acumulación del saldo de minutos o segundos no consumidos en los paquetes de minutos o segundos predeterminados en las tarjetas o en las recargas virtuales o similares de telefonía fija o celular, conforme a las normas reglamentarias que para dicho efecto emita el organismo regulador competente.

66.7 Los consumidores del servicio de transporte nacional en cualquier modalidad pueden endosar o transferir la titularidad del servicio adquirido a favor de otro consumidor plenamente identificado o postergar la realización del servicio en las mismas condiciones pactadas, pudiendo ser considerado como parte de pago según lo pactado, debiendo comunicar ello de manera previa y fehaciente al proveedor del servicio con una anticipación no menor a veinticuatro (24) horas de la fecha y hora prevista para la prestación del servicio, asumiendo los gastos únicamente

relacionados con la emisión del nuevo boleto, los cuales no deben ser superiores al costo efectivo de dicha emisión.

Artículo 88.- Reclamo de productos o servicios financieros y de seguros

- 88.1 Las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas en la República, deben resolver los reclamos dentro del plazo establecido en la normativa correspondiente, sin perjuicio del derecho del consumidor de recurrir directamente ante la Autoridad de Consumo.
- 88.2 El reclamo debe presentarse y registrarse en la forma que determinan las normas de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.
- 88.3 En caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el Indecopi, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.

**Anexo 2 Decreto Supremo que Aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones
del Código de Protección y Defensa del Consumidor**

DECRETO SUPREMO Nº 011-2011-PCM

INDECOPI (2010) expone que

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA CONSIDERANDO:

Que, el artículo 150º de la Ley Nº 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, dispone que los establecimientos comerciales deben contar con un Libro de Reclamaciones, en forma física o virtual y que el Reglamento establece las condiciones, los supuestos y las demás especificaciones para el cumplimiento de la obligación señalada en el mencionado artículo;

Que, la Tercera Disposición Complementaria Final de la Ley Nº 29571 establece que, en el plazo de ciento ochenta (180) días calendario contados a partir de la entrada en vigencia de dicha Ley, el poder Ejecutivo expide, entre otras, las disposiciones reglamentarias de lo dispuesto en el artículo 150º sobre el libro de reclamaciones;

Que, en ese sentido, corresponde al Poder Ejecutivo establecer las reglas básicas sobre los siguientes puntos, entre otros: (i) ámbito de aplicación; (ii) definiciones para efectos del Reglamento; (iii) características del Libro de Reclamaciones y de la Hoja de Reclamación; (iv) responsabilidad de los proveedores; (v) mecanismos de remisión de información al INDECOPI;

Que, mediante la Resolución Ministerial Nº 328-2010-PCM se constituye el Grupo de Trabajo Multisectorial que se encargará de elaborar el anteproyecto de

“Reglamento del Código de Protección y Defensa del Consumidor” adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros;

Que, el mencionado Grupo de Trabajo Multisectorial elaboró un anteproyecto de Reglamento del Libro de Reclamaciones, el cual fue puesto en conocimiento de la ciudadanía para que presenten sus comentarios y observaciones, las cuales fueron debatidas en una audiencia pública llevada a cabo el 17 de diciembre de 2010;

Que, a consecuencia de lo anterior, dicho Grupo de Trabajo Multisectorial ha presentado mediante Oficio N° 03-2011/CPC/INDECOPI, un proyecto de Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor;

De conformidad con el numeral 8) del artículo 118º de la Constitución Política del Perú; y la Tercera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 29571;

DECRETA

Artículo 1º.- Aprobación del Reglamento

Apruébese el Reglamento del Libro de Reclamaciones a que hace referencia el artículo 150º de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual consta de quince (15) artículos y dos (2) anexos, y forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2º.- Vigencia

El presente Decreto Supremo, entrará en vigencia a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

Artículo 3º.- Publicación

El presente Decreto Supremo, el Reglamento y los anexos deberán ser publicados en el Diario Oficial El Peruano, en el Portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe), en el Portal de la Presidencia del Consejo de Ministros (www.pcm.gob.pe) y en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (www.indecopi.gob.pe).

Artículo 4º.- Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los dieciocho días del mes de febrero del año dos mil once. ALAN GARCÍA PÉREZ

Presidente Constitucional de la República

JOSÉ ANTONIO CHANG ESCOBEDO

Presidente del Consejo de Ministros y Ministro de Educación

REGLAMENTO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES

Artículo 1º.- Ámbito de aplicación

Las disposiciones del presente Reglamento son de obligatorio cumplimiento para los proveedores que desarrollen sus actividades económicas en establecimientos comerciales abiertos al público; tomando en consideración la definición detallada en el Artículo 3.2.

Los consumidores deberán respetar y seguir el procedimiento establecido en la presente norma para el uso del Libro de Reclamaciones.

Artículo 2º.- Proveedores que desarrollen actividades económicas supervisadas o reguladas

En el caso de los proveedores que desarrollen actividades económicas de servicios públicos regulados o que se encuentren bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, el procedimiento previamente establecido por el organismo supervisor para la atención de quejas y reclamos de los consumidores deberá entenderse como la implementación y puesta a disposición del Libro de Reclamaciones, siempre y cuando este procedimiento permita dejar constancia de la presentación del reclamo o la queja, de su contenido y que además regule el cómputo de los plazos de atención, así como la puesta a disposición de canales para su presentación. En estos casos los proveedores se regirán por las normas emitidas por dichos organismos.

En el caso de las empresas supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, los sistemas de registros de quejas y reclamos deberán encontrarse a disposición inmediata y accesible al consumidor y permitir que éstos obtengan una copia o constancia de la queja o reclamo presentado, con la información mínima prevista en el Anexo 1 del presente Reglamento. Asimismo, deberán exhibir en un lugar visible, como mínimo un Aviso del Libro de Reclamaciones en cada una de sus agencias, utilizando el formato establecido en el Anexo 2 del presente Reglamento.

Artículo 3º.- Definiciones

Para los efectos del presente Reglamento, se entiende por:

Libro de Reclamaciones: Documento de naturaleza física o virtual provisto por los proveedores en el cual los consumidores podrán registrar quejas o reclamos sobre los productos o servicios ofrecidos en un determinado establecimiento comercial abierto al público.

Establecimiento comercial abierto al público: Inmueble, parte del mismo o una instalación o construcción en el que un proveedor debidamente identificado desarrolla sus actividades económicas de venta de bienes o prestación de servicios a los consumidores.

La identificación a la que se hace alusión en el presente punto se encuentra constituida por el número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) que posea el proveedor, de acuerdo a lo establecido en el Decreto Legislativo Nº 943, Ley del Registro Único de Contribuyentes; o norma que la modifique o sustituya.

Las instalaciones que se ubiquen en el interior de un establecimiento comercial abierto al público, que se presenten o identifiquen como un establecimiento independiente del que los alberga y que otorguen sus propios comprobantes de pago, deberán contar con su propio Libro de Reclamaciones.

Cuando una entidad pública o empresa estatal, actuando como proveedores, vendan productos o presten servicios a los consumidores, estarán obligadas a contar con un Libro de Reclamaciones.

Reclamo: Manifestación que un consumidor realiza al proveedor a través de una Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una disconformidad relacionada a los bienes expendidos o suministrados o a los servicios prestados. La reclamación no constituye una denuncia y, en consecuencia, no inicia el procedimiento administrativo sancionador por infracción a la normativa sobre protección al consumidor.

Queja: Manifestación que un consumidor realiza al proveedor a través de una Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una disconformidad que no se encuentra relacionada a los bienes expendidos o suministrados o a los servicios prestados; o, expresa el malestar o descontento del consumidor respecto a la atención al público, sin que tenga por finalidad la obtención de un pronunciamiento por parte del proveedor. La queja tampoco constituye una denuncia y, en consecuencia, no inicia el procedimiento administrativo sancionador por infracción a la normativa de protección al consumidor.

Aviso del Libro de Reclamaciones: Letrero físico o aviso virtual que los proveedores deberán colocar en sus establecimientos comerciales y/o cuando corresponda en medios virtuales, en un lugar visible y fácilmente accesible al público para registrar su queja y/o reclamo, en el formato estandarizado establecido en el Anexo 2 del presente Reglamento.

Artículo 4º.- Características del Libro de Reclamaciones

El establecimiento comercial abierto al público deberá contar con un Libro de Reclamaciones, el cual debe ser de naturaleza física o virtual. Los proveedores

que, además del establecimiento comercial abierto al público utilicen medios virtuales para la venta de bienes y/o prestación de servicios, deberán implementar, adicionalmente, un Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual, el cual debe ser accesible para el consumidor en el mismo medio virtual empleado.

Los proveedores que comercialicen sus productos o servicios únicamente en establecimientos comerciales abiertos al público podrán optar por tener un Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual en lugar del físico. Este Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual deberá estar a disposición de los consumidores en el mismo establecimiento mediante una plataforma de fácil acceso para el consumidor. En este caso, el proveedor debe brindar al consumidor el apoyo técnico necesario para que pueda registrar su queja o reclamo de manera adecuada.

Si el Libro de Reclamaciones es de naturaleza física, deberá contar con Hojas de Reclamaciones desglosables y, debidamente numeradas. Si el Libro de Reclamaciones es de naturaleza virtual, deberá permitir que el consumidor imprima gratuitamente una copia de su Hoja de Reclamación virtual luego de haber registrado su queja o reclamo y adicionalmente, de requerirlo, que reciba una copia de su Hoja de Reclamación virtual en el correo electrónico que para dichos efectos proporcione el consumidor.

Artículo 5º.- Características de la Hoja de Reclamación

Cada Hoja de Reclamación de naturaleza física deberá contar con al menos tres (3) hojas, la primera de las cuales será obligatoriamente entregada al

consumidor al momento de dejar constancia de su queja o reclamo, la segunda quedará en posesión del proveedor y la tercera será remitida o entregada al INDECOPI cuando sea solicitada por éste.

Las Hojas de Reclamaciones, tanto de los Libros de Reclamaciones de naturaleza física como virtual, deberán contener como mínimo la información consignada en el formato del Anexo 1 del presente Reglamento. Dicha información incluye:

- Denominación que permita identificar claramente a la Hoja de Reclamación como tal.
- Numeración correlativa y código de identificación.
- Fecha del reclamo o queja.
- Nombre del proveedor y dirección del establecimiento donde se coloca el Libro de Reclamaciones.
- Nombre, domicilio, número de documento de identidad, teléfono y correo electrónico del consumidor reclamante.
- Nombre, domicilio, teléfono y correo electrónico de uno de los padres o representantes del consumidor, en caso se trate de un menor de edad.
- Identificación del producto o servicio contratado.
- Detalle de la reclamación.
- Espacio físico para que el proveedor anote las acciones adoptadas con respecto a la queja o reclamo.
- Firma del Consumidor. En el caso del Libro de Reclamaciones virtual el proveedor deberá implementar mecanismos que reemplacen la firma del

consumidor pero que acrediten que se encuentra conforme con los términos de su reclamo o queja.

En caso que el consumidor no consigne de manera adecuada la totalidad de la información requerida como mínima en el formato del Anexo 1 del presente Reglamento, se considerará el reclamo o queja como no puesto.

Artículo 6º.- Responsabilidad del proveedor

El reclamo que se registre en el Libro de Reclamaciones determina la obligación del proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario. Dicho plazo puede ser extendido por otro igual cuando la naturaleza del reclamo lo justifique, situación que es puesta en conocimiento ante la culminación del plazo inicial, de conformidad con lo establecido en el artículo 24 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o norma que la modifique o sustituya.

No puede condicionarse la atención de reclamos de consumidores o usuarios al pago previo del servicio materia de dicho reclamo o del monto que hubiera motivado ello, o de cualquier otro pago.

Artículo 7º.- Proveedores con varios establecimientos comerciales abiertos al público

Los proveedores que cuenten con más de un establecimiento comercial abierto al público deberán implementar un Libro de Reclamaciones de naturaleza física o virtual por cada uno de ellos.

Artículo 8º.- Código de Identificación

Si el proveedor cuenta con varios Libros de Reclamaciones de naturaleza física, deberá contar con un código de identificación que le permita controlar y consolidar todos los Libros en un registro único a nivel nacional.

Cada proveedor es responsable de suministrar las Hojas de Reclamaciones señaladas a cada uno de sus establecimientos comerciales, así como de consolidar toda la información en un único registro de quejas o reclamos.

Artículo 9º.- Exhibición del Aviso del Libro de Reclamaciones

Los proveedores que cuenten con un Libro de Reclamaciones deberán exhibir en sus establecimientos comerciales y/o cuando corresponda en medios virtuales, en un lugar visible y fácilmente accesible al público, como mínimo, un Aviso del Libro de Reclamaciones, utilizando el formato establecido en el Anexo 2 del presente Reglamento.

En los casos en que el proveedor cuente con varios establecimientos comerciales, la obligación de exhibir el Aviso del Libro de Reclamaciones se extiende a cada uno de ellos.

Artículo 10º.- Implementación del Libro de Reclamaciones

El plazo de implementación del Libro de Reclamaciones por parte de todos los proveedores a los que comprende el Código de Protección y Defensa del Consumidor y el presente Reglamento, es de ciento veinte (120) días calendario contados desde la fecha de publicación de la presente norma.

Artículo 11º.- Remisión de información al INDECOPI

El INDECOPI podrá solicitar en cualquier momento las copias de las Hojas de Reclamaciones detalladas en el Artículo 4º y 5º del presente Reglamento. El proveedor deberá remitir la información solicitada en el plazo establecido en el requerimiento efectuado por la autoridad administrativa, el cual no puede ser menor a tres (3) días hábiles, bajo apercibimiento de ser sancionado conforme a lo previsto en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o norma que la modifique o sustituya.

En los casos en que, en ejercicio de su facultad fiscalizadora, el INDECOPI requiera las copias de las Hojas de Reclamaciones detalladas en el Artículo 4º y 5º del presente Reglamento al momento de efectuar una verificación, la documentación deberá ser entregada en ese momento sin dilación.

Los proveedores que cuenten con establecimientos comerciales que se encuentran en Lima deberán remitir las Hojas de Reclamaciones respectivas o el Libro de Reclamaciones al INDECOPI sede Lima Sur o al INDECOPI sede Lima Norte, de acuerdo a la determinación de competencia territorial correspondiente, conforme a las Directivas del INDECOPI vigentes en la materia.

Los proveedores que cuenten con establecimientos comerciales que se encuentren fuera de Lima deberán remitir las Hojas de Reclamaciones respectivas o el Libro de Reclamaciones a la Oficina Regional del INDECOPI que corresponda en función de la determinación de competencia territorial correspondiente, conforme a las Directivas del INDECOPI vigentes en la materia.

El proveedor tiene la posibilidad de dar cumplimiento a esta obligación remitiendo en forma virtual las Hojas de Reclamaciones o el Libro de Reclamaciones de naturaleza física, a la dirección electrónica que se informará en la página web del INDECOPI: www.indecopi.gob.pe, sin perjuicio de la facultad del INDECOPI de fiscalizar posteriormente la veracidad de la información proporcionada.

Los proveedores que empleen el Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual deberán remitir al INDECOPI las Hojas de Reclamaciones de naturaleza virtual respectivas o el Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual a la dirección electrónica que se informará en la página web del INDECOPI: www.indecopi.gob.pe

Artículo 12º.- Conservación de las Hojas de Reclamaciones por parte de los proveedores

El proveedor deberá conservar las Hojas de Reclamaciones de naturaleza física o virtual registradas por los consumidores por el lapso de dos (2) años desde la fecha de registro de su queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones.

En caso de pérdida o extravío de alguna Hoja de Reclamación o del Libro de Reclamaciones, el proveedor deberá comunicar ello a la autoridad policial competente, realizando la denuncia correspondiente en un plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas de ocurrido el hecho.

Artículo 13º.- Limitación para solución de controversias

La formulación de una queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones no supone limitación alguna para que los consumidores puedan utilizar otros mecanismos de solución de controversias ni constituye una vía previa necesaria para interponer una denuncia por infracción a las normas de protección al consumidor ante el INDECOPI.

El Libro de Reclamaciones no limita el derecho del consumidor de interponer una queja o reclamo ante el proveedor utilizando otras vías.

Artículo 14º.- Responsabilidad administrativa

El proveedor tendrá responsabilidad administrativa por cualquier comportamiento que transgreda las disposiciones establecidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor o en el presente Reglamento, conforme a lo establecido en el Artículo 104º y 108º de la Ley Nº 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o norma que la modifique o sustituya.

Artículo 15º.- Autoridad competente y Sanciones

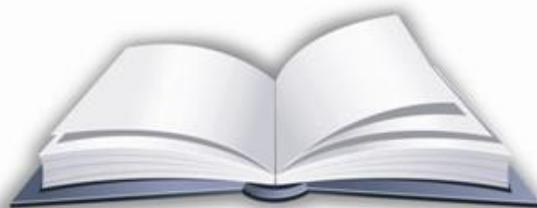
El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor o en el presente Reglamento, así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en el Capítulo III del Título V de la Ley Nº 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o norma que la modifique o sustituya.

Anexo 1: Formato de Hoja de reclamación del Libro de Reclamaciones

LIBRO DE RECLAMACIONES				HOJA DE RECLAMACIÓN [Nº 00000001-2011]	
FECHA:	[DÍA]	[MES]	[AÑO]		
[NOMBRE DE LA PERSONA NATURAL O RAZÓN SOCIAL DE LA PERSONA JURÍDICA] [DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO DONDE SE COLOCA EL LIBRO DE RECLAMACIONES]					
1. IDENTIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR RECLAMANTE					
NOMBRE:					
DOMICILIO:					
DNI / CE:			TELÉFONO / E-MAIL:		
PADRE O MADRE: [PARA EL CASO DE MENORES DE EDAD]					
2. IDENTIFICACIÓN DEL BIEN CONTRATADO					
PRODUCTO	DESCRIPCIÓN:				
SERVICIO					
3. DETALLE DE LA RECLAMACIÓN				RECLAMO ¹	QUEJA ²
DETALLE:					
					FIRMA DEL CONSUMIDOR
4. ACCIONES ADOPTADAS POR EL PROVEEDOR					
DETALLE:					
					FIRMA DEL PROVEEDOR (OPCIONAL)
¹ RECLAMO: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.				² QUEJA: Disconformidad no relacionada a los productos o servicios; o, malestar o descontento respecto a la atención al público.	

Anexo 2
Aviso del Libro de Reclamaciones

Libro de Reclamaciones



Conforme a lo establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor este establecimiento cuenta con un Libro de Reclamaciones a tu disposición. Solicítalo para registrar la queja o reclamo que tengas.

Se precisa que el Aviso del Libro de Reclamaciones deberá tener un tamaño mínimo de una hoja A4. Asimismo, cada una de las letras de la frase “Libro de Reclamaciones” deberá tener un tamaño mínimo de 1x1 centímetros y las letras de la frase “Conforme a lo establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor este establecimiento cuenta con un Libro de Reclamaciones a tu disposición. Solicítalo para registrar una queja o reclamo. Deberá tener un tamaño mínimo de 0.5 x 0.5 centímetros. Indecopi (17 de diciembre de 2010).

Anexo 3 Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TÍTULO:	RELACIÓN DE LA GESTIÓN DE QUEJAS O RECLAMOS Y MEJORA DE LA SATISFACCIÓN DEL SOCIO EN UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PERIODO 2014-2017.					
AUTOR:	CANALES CISNEROS CYNTHIA ANALI					
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	OPERACIONALIZACIÓN			
			Variables	Indicadores	Medidas	TECNICA/ INSTRUMENTO
¿La propuesta de la definición de una política y el diseño del proceso de atención de quejas y reclamos ayuda a mejorar la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 - 2017?	Proponer una política y el diseño del proceso de atención de quejas y reclamos mejora la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.	La propuesta de una definición de una política y el diseño del proceso de atención de quejas y reclamos mejora la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.	VD: Satisfacción del socio #de socios satisfechos	a) Calidad de atención b) Satisfacción c) Tiempo d) Gestión e) Información	% Porcentaje de Calidad de atención % Porcentaje de satisfacción % Porcentaje de Tiempo % Porcentaje de Gestión % Porcentaje de Información % de Socios que presentaron quejas y reclamos	Encuesta a los socios de una Cooperativa de Ahorro y Crédito.
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas				
¿Qué relación existe entre la dimensión de calidad de atención y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 - 2017?	Determinar la relación que existe entre la dimensión calidad de atención y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.	Si existe relación entre la dimensión la calidad de atención y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.				
¿Qué relación existe entre la dimensión de tiempo de respuesta y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 - 2017?	Determinar la relación que existe entre la dimensión tiempo de respuesta y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.	Si existe relación entre la dimensión tiempo de respuesta y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.	VI: Manejo del Proceso de atención de quejas y reclamos # de reclamos	Quejas y Reclamos	a) Recepción y Registro b) Recolección de datos y Análisis c) Evaluación y respuesta	Cuestionario a los colaboradores del proceso de atención de quejas y reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

<p>¿Qué relación existe entre la dimensión de gestión y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 - 2017?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre la dimensión gestión y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.</p>	<p>Si existe relación entre la dimensión gestión y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.</p>				
<p>¿Qué relación existe entre la dimensión de información y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 - 2017?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre la dimensión información y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.</p>	<p>Si existe relación entre la dimensión información y la satisfacción de los socios en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.</p>				
<p>¿Cuál es el manejo del proceso de atención de quejas y reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017?</p>	<p>Conocer el manejo del proceso de atención de quejas y reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017.</p>	<p>El manejo del proceso de atención de quejas y reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, periodo 2014 – 2017, es inadecuada.</p>				

Anexo 4 Matriz de Operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR (medida)	ITEM	ESCALA	INSTRUMENTO
Variable Dependiente: Satisfacción del socio	Acción y efecto de satisfacer al socio, cumpliendo con ciertas exigencias conforme a políticas de atención.	Dimensión 1: Calidad de atención	% Porcentaje de Calidad de atención % de Socios que presentaron quejas y reclamos	5.La atención recibida por parte del PERSONALDE QUEJAS Y RECLAMOS, en términos de CALIDAD DE ATENCIÓN fue	Excelente, Bueno, Regular, Malo	Encuesta
		Dimensión 2: Satisfacción	% Porcentaje de Satisfacción % de Socios que presentaron quejas y reclamos	7. Cómo calificaría su nivel de SATISFACCIÓN en cuanto a la respuesta recibida por parte de la COOPERATIVA	Excelente, Bueno, Regular, Malo	
		Dimensión 3: Tiempo	% Porcentaje de Tiempo de respuesta % de Socios que presentaron quejas y reclamos	3.La atención en términos de oportunidad y rapidez en el tiempo de respuesta fue	Excelente, Bueno, Regular, Malo	
		Dimensión 4: Gestión	% Porcentaje de Gestión % de Socios que presentaron quejas y reclamos	6.Cómo calificaría la GESTIÓN realizada por la COOPERATIVA en atención a su queja o reclamo presentado:	Excelente, Bueno, Regular, Malo	
		Dimensión 5: Información	% Porcentaje de Información % de Socios que presentaron quejas y reclamos	8. Cómo calificaría el nivel de INFORMACIÓN que le brindó el PERSONAL DE QUEJAS Y RECLAMOS en cuanto a la solicitud de su queja o reclamo.	Excelente, Bueno, Regular, Malo	
Variable Independiente: Manejo del Proceso de atención de quejas y reclamos	Descripción de la planificación del proceso, actividades y métodos para hacer seguimiento al proceso de atención de quejas y reclamos.	Dimensión 6: Quejas y Reclamos	Recepción y Registro	1. ¿El colaborador de la Cooperativa de Ahorro y Crédito identifica de manera rápida si el requerimiento del socio es una queja o un reclamo? 2. ¿El colaborador de la Cooperativa de Ahorro y Crédito una vez identificado que el requerimiento del socio es una queja o un reclamo realiza el registro?	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	Cuestionario/ Técnica de Observación Revisión Documentaria
			Recolección de datos y Análisis	3. ¿El colaborador de la Cooperativa informa el tiempo que va a demorar la revisión y análisis de la queja o reclamo presentado por el socio? 4. La Cooperativa de Ahorro y Crédito informa sobre las inspecciones que va a realizar para recaudar información sobre la queja o reclamo presentado?	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	
			Evaluación y respuesta	5. ¿La Cooperativa de Ahorro y Crédito envía algún documento para dar aviso sobre la reunión de conciliación para dar solución a la queja o reclamo presentado por el socio? 6. ¿El colaborador de la Cooperativa de Ahorro y Crédito propone posibles soluciones a la queja o reclamo presentado? 7. ¿La Cooperativa de Ahorro y Crédito brinda al socio algún documento que evidencie los resultados de su queja o reclamo presentado?	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	

Anexo 5 Encuesta/instrumento de evaluación

Encuesta de satisfacción a socios que presentaron quejas, reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito

1 TIPO DE REQUERIMIENTO

- QUEJA
 RECLAMO

En cuanto a la atención prestada a su requerimiento, por favor llene y responda los interrogantes que a continuación se indica:

(Recuerde que las preguntas marcadas con asterisco, son obligatorias)

Datos del socio encuestado:

Género: F M Edad: _____ Nro. de Queja o Reclamo: _____

2 Considera que el trámite dado a su requerimiento, en términos de solución al mismo, logró que su petición haya sido:

- SOLUCIONADA
 NO SOLUCIONADA
 NECESITAN MÁS TIEMPO PARA SER SOLUCIONADOS

3 La atención en términos de oportunidad y rapidez en el tiempo de respuesta fue:

- EXCELENTE
 BUENA
 REGULAR
 MALA

4 ¿La respuesta, dada a su requerimiento por el área de atención de quejas y reclamos cumplió sus expectativas?

- Sí No

5 La atención recibida por parte del personal de quejas y reclamos, en términos de CALIDAD DE ATENCIÓN fue

- EXCELENTE
 BUENA
 REGULAR
 MALA

6 Cómo calificaría la **GESTIÓN** realizada por la Cooperativa en atención a su queja o reclamo presentado:

- EXCELENTE
- BUENA
- REGULAR
- MALA

7 Cómo calificaría su nivel de **SATISFACCIÓN** en cuanto a la respuesta recibida por parte de la Cooperativa

- EXCELENTE
- BUENA
- REGULAR
- MALA

8 Cómo calificaría el nivel de **INFORMACIÓN** que le brindó el personal de quejas y reclamos en cuanto a la solicitud de su queja o reclamo.

- EXCELENTE
- BUENA
- REGULAR
- MALA

Muchas gracias por su tiempo, Estimado Socio su opinión es importante para la mejora de los procesos en la Cooperativa.

Leyenda:

Valor	1	2	3	4
Significado	Malo	Regular	Bueno	Excelente

Anexo 6 Encuesta / Instrumento de recolección de datos

Cuestionario aplicado a los Colaboradores involucrados en el Proceso Atención de Quejas y Reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito.

Buen día, el presente cuestionario tiene por objetivo conocer cómo se está dando el Manejo de Procesos de atención de Quejas y Reclamos de una Cooperativa de Ahorro y Crédito. Para lo cual se le pide que conteste de manera objetiva las preguntas indicadas, marcando con una (X) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta los siguientes indicadores:

DATOS GENERALES

Sexo: M F Edad:

Cargo: _____ Tiempo deservicio: _____

Leyenda:

Valor	1	2	3	4	5
Significado	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

MANEJO DEL PROCESO DE ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS									
DIMENSIÓN: QUEJA Y RECLAMO					ESCALAS				
INDICADOR. Recepción y Registro					1	2	3	4	5
1	¿El colaborador de la Cooperativa de Ahorro y Crédito identifica de manera rápida si el requerimiento del socio es una queja o un reclamo?								
2	¿El colaborador de la Cooperativa de Ahorro y Crédito una vez identificado que el requerimiento del socio es una queja o un reclamo realiza el registro?								
DIMENSIÓN: Recolección de datos y Análisis					1	2	3	4	5
3	¿El colaborador de la Cooperativa informa el tiempo que va a demorar la revisión y análisis de la queja o reclamo presentado por el socio?								
4	La Cooperativa de Ahorro y Crédito informa sobre las inspecciones que va a realizar para recaudar información sobre la queja o reclamo presentado?								
DIMENSIÓN: Evaluación y Respuesta					1	2	3	4	5
5	¿La Cooperativa de Ahorro y Crédito envía algún documento para dar aviso sobre la reunión de conciliación para dar solución a la queja o reclamo presentado por el socio?								
6	¿El colaborador de la Cooperativa de Ahorro y Crédito propone posibles soluciones a la queja o reclamo presentado?								
7	¿La Cooperativa de Ahorro y Crédito brinda al socio algún documento que evidencie los resultados de su queja o reclamo presentado?								
8. ¿Cuál considera que es la problemática principal en el proceso la atención de las quejas y reclamos a los socios:									

Fuente: Elaboración Propia,

Anexo 7 Ficha de Observación

FICHA DE OBSERVACIÓN

Fecha: _____
 Ubicación: _____
 Situación observada y contexto: _____
 Tiempo de observación: Hora de Inicio: _____ Hora de Termina: _____
 Observadora: _____

Hora	Descripción	Interpretación (lo que pienso, siento, conjeturo, me pregunto)

Adaptación del Documento para Herramientas de Observación

www.oas.org/udse/gestion/ges_ver.DOC

Datos obtenidos:

- Existencia de duplicidad de funciones.
- Falta de una guía para una mejor orientación sobre el manejo de las quejas y reclamos.
- No existencia de niveles de respuestas para una atención más rápida a la respuesta de la queja y reclamo interpuesta.
- Falta de conocimiento por parte del personal de la COOPAC sobre las normativas vigentes del código de protección al consumidor.
- Falta de conocimiento técnico sobre el proceso de atención de quejas y reclamos.
- Falta implementar un documento de gestión para el tratamiento de las quejas y reclamos presentados por los socios.
- Se considera que dentro del proceso de atención de quejas y reclamos existen niveles burocráticos que limitan la atención oportuna en la respuesta a otorgar al socio.

Anexo 8 Ficha de Registro

FICHA DE REGISTRO	
(Registrar los documentos de referencia como: Libro de Reclamaciones, Manuales de Organización, Documentos de Gestión, Funciones, entre otros.)	
Nro.	REGISTRO DE DOCUMENTOS DE REFERENCIA
1.	Libro de Reclamaciones de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.
2.	Reglamento de Atención al socio.
3.	Manual de Organización y funciones.
4.	Matriz del control de las quejas y reclamos interpuestos por los socios, periodo 2014-2017.
5.	Estatuto de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.
6.	Política de Calidad
7.	
8.	
9.	
10.	

Elaboración: Propia

Anexo 9 Propuesta de Procedimiento de Atención de Quejas y Reclamos

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

Artículo N°1 OBJETIVO

Describir las etapas que garantizan una adecuada gestión de quejas y reclamos de los productos que ofrece la Cooperativa. Conforme a la normatividad vigente que rige en el Perú.

Artículo N°2 BASE NORMATIVA

- a) Texto único ordenado de la ley general de cooperativas D.S. 074-90-TR
- b) Estatuto Vigente de la Cooperativa.
- c) Decreto Supremo N° 011-2011-PCM Aprueba El Reglamento Del Libro De Reclamaciones Del Código De Protección Y Defensa Del Consumidor.
- d) Decreto Supremo N° 037-2011-PCM Implementa en Plazo Más Breve El Libro De Reclamaciones.
- e) Decreto Supremo N° 006-2014-PCM Modifica El Reglamento Del Libro De Reclamaciones Del Código De Protección Y Defensa Del Consumidor.

Artículo N°3 ALCANCE

El presente documento tiene por alcance a todas las Oficinas Especiales Permanentes (OEPs) de la Cooperativa a nivel nacional.

Artículo N°4 DEFINICIONES

- **Libro de reclamaciones:** Documento de naturaleza física o virtual provisto por los proveedores en el cual los consumidores (socios) podrán registrar quejas y

reclamos sobre los productos o servicios ofrecidos en un determinado establecimiento comercial abierto al público.

- **Aviso del Libro de Reclamaciones:** Letrero físico o aviso virtual que la Cooperativa deberá colocar en sus Oficinas Especiales Permanentes (OEPs) y/o cuando corresponda en medios virtuales, en un lugar visible y fácilmente accesible al público/socios para registrar su queja y/o reclamo.
- **Establecimiento comercial abierto al público:** Inmueble, parte del mismo o una instalación o construcción en el que la Cooperativa debidamente identificado como OEP desarrolla sus actividades financieras y no financieras a los consumidores (socios).
- **Sugerencia:** Recomendación o insinuación que realiza el usuario con el ánimo de mejorar los productos o servicios que presta la Cooperativa.
- **Queja:** Disconformidad no relacionada a los productos o servicios; o malestar o descontento respecto a la atención al público.

“Es una expresión de descontento, disgusto, malestar que tiene el socio respecto a la atención que se le brinda u otro aspecto que considera se debe tener en cuenta para mejorar.”

- **Reclamo:** Disconformidad relacionada a los productos o servicios.

“Se produce cuando la persona que interpone reclamo, demuestra que hay un cumplimiento real respecto a lo que la Cooperativa se comprometió formalmente en otorgar o realizar, pero no lo está realizando conforme se debía.”
- **Socio:** Persona que utiliza los servicios la cooperativa, con una frecuencia regular, caracterizado por tener los mismos derechos que todos lo

demás socios de la cooperativa, por no responder personalmente de las deudas sociales a no ser que los estatutos establezcan lo contrario, por tener la obligación de participar en la actividad empresarial de la cooperativa, por tener la posibilidad de percibir un interés por su aportación al capital y por no participar directamente en los posibles excedentes del balance de fin de ejercicio.

CAPITULO II

CONDICIONES BÁSICAS Y RESPONSABILIDADES

Artículo N° 5 CONDICIONES BÁSICAS

- a) Los reclamos formulados a través del libro de reclamaciones del código de protección y defensa del consumidor deberán ser atendidos en la forma y plazos establecidos en el presente procedimiento y de acuerdo al Decreto supremo N° 006-2017-PCM (Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de protección y defensa del Consumidor).
- b) En el formato virtual “Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones”, se registrará según corresponda, lo siguiente (véase Anexo 1): bajo el control del área de atención al socio se generará un número correlativo único para las quejas o reclamos que se ingresen al sistema.

b.1) En el encabezado se generará la fecha (día, mes, año) en el cual se presentó la queja o reclamo, así como el nombre de la persona natural o razón social de la persona jurídica y el domicilio del establecimiento (OEP) donde se coloca el Libro de Reclamaciones. Cabe recalcar que la hoja de Reclamación presenta un correlativo para control del mismo.

b.2) La identificación del consumidor (socio) reclamante.

En el cual se deberá especificar El Nombre, domicilio, DNI, Teléfono, E-mail.

b.3) El detalle de la reclamación y/o queja.

El socio deberá detallar el motivo de la queja o reclamo que interpone a la cooperativa, de preferencia deberá tener previamente conocimiento de la diferencia entre cada una de ellas, para ello nuestros representantes de las OEPs explicaran y orientaran a los socios a fin de que realicen el registro en formato virtual con un mejor enfoque y en el campo del Formato que corresponde al DETALLE, lugar donde expondrán la disconformidad que los motiva a documentar su queja o reclamo y su pedido respecto a los productos financieros y no financieros que se ofrecen.

Una vez culminado en las OEPs el registro del detalle y pedido en el módulo de sistema de gestión de quejas y reclamos, esta información será administrada por el área de atención al socio (analista de call center/analista de atención al socio).

Nota: Cabe mencionar que en la parte lateral izquierda de la Hoja de Reclamación se muestran la definición y concepto de la queja y reclamo.

b.4) La identificación del bien contratado.

La cooperativa mediante el deberá especificar si el bien contratado es un producto o servicio y la descripción del mismo. Para el caso de la Cooperativa se refieren a los productos financieros y no financieros que se ofrecen a los socios.

b.5) Las acciones adoptadas por el proveedor (Cooperativa)

En este campo se deberá describir las conclusiones de las acciones adoptadas por la cooperativa, las mismas que pueden incluir:

- **Acciones inmediatas:** Son aquellas acciones que atienden a la queja y/o reclamo en tiempo oportuno minimizando el malestar del socio.
 - **Acciones correctivas:** Son acciones que permiten identificar la causa del reclamo e implementar mejoras que sean pertinentes en los procesos operativos, minimizando el riesgo de que vuelvan a ocurrir.
 - **Acciones preventivas:** Son acciones que permiten anticiparse ante potenciales quejas y/o reclamos.
- c) Los reclamos y las quejas deberán ser tratadas de manera equitativa, objetiva e imparcial.
- d) La presentación de las quejas y/o reclamos no tendrán costo para el socio.
- e) Los datos de contacto de los socios que presenten una queja y/o reclamo no podrán ser divulgadas sin su consentimiento expreso por ningún personal de la cooperativa, guardando el principio de confidencialidad. Los detalles de estas quejas y/o reclamos solo deberían conocerlos aquellos directamente involucrados.

Artículo N°6 RESPONSABLES DE LA ATENCIÓN DE QUEJAS Y/O RECLAMOS

- Jefe/Administrador de OEP
- Atención al socio /Analista de Call Center
- Área de Asesoría Legal
- Área de Riesgo Operacional

Artículo N°7 ACTIVIDADES DE LA ATENCIÓN DE QUEJAS Y/O RECLAMOS**JEFE/ADMINISTRADOR DE OEP**

- a) El Jefe/Administrador de OEP tiene la responsabilidad de garantizar que se visualice en su oficina especial permanente, el anuncio que la cooperativa cuenta con un libro de reclamaciones.
- b) Brindar atención a los socios de forma empática y atenta mostrando interés y disposición para resolver sus inquietudes, sugerencias quejas y/o reclamos.
- c) Brindar información al socio respecto a la diferencia de la queja y/o reclamo, y una vez agotada la persuasión a los socios, se deber atender en registrar en el módulo de sistema de reclamaciones lo interpuesto por el socio, con el fin de documentar lo sucedido en cumplimiento a derecho como socio. Pudiendo entregarse una copia al socio.
- d) Comunicar y coordinar con el área de gestión de reclamos a fin de realizar el tratamiento pertinente a la queja o reclamo interpuesto. Asimismo, poner en conocimiento a la jefatura de negocios convenio en un plazo no mayor de 24 horas.
- e) Luego de ello deberá hacer seguimiento a la respuesta que se brinde a la queja o reclamo interpuesta por el socio, teniendo en cuenta el periodo que exige la ley (No mayor a 30 días calendarios). Cabe recalcar que el plazo puede ser extendido en conformidad con lo establecido en el artículo 24 de la Ley N° 29571, Código de protección y defensa del consumidor; o norma que la modifique o sustituya.

NOTA: En el caso de la sede principal, El área de atención al socio (analista de Call Center) será quien asuma la responsabilidad de la atención de la queja o reclamo.

ATENCIÓN AL SOCIO /ANALISTA DE CALL CENTER

- a) Evaluación Inicial de la queja y/o reclamo:** Recepcionado el documento en el sistema virtual de atención, el analista de atención al socio deberá realizar una evaluación inicial para determinar si se trata de una queja o un reclamo, y conforme a la necesidad por complejidad del caso y mayor información deberá de realizar las coordinaciones con las áreas que estén involucradas.
- b) Investigación de la queja y/o reclamo:** El analista de Call Center, deberá realizar toda recopilación de información, investigando las circunstancias relacionadas a la queja y/o reclamo, coordinando con las áreas involucradas. El nivel de investigación será proporcionando con la seriedad del caso, consultando las acciones a realizar con el jefe del área de atención al socio. Cabe recalcar que dependiendo de la magnitud que la queja y/o reclamo esta podría ser derivada a Gerencia General o Área de Asesoría Legal, de ser el caso las áreas involucradas deberán considerar un informe con los anexos sustentatorios y recomendaciones, a fin de que el área de asesoría legal brinde revisión y realice las recomendaciones que considere pertinentes para dar respuesta al socio.
- c) Respuesta a la queja y/o reclamo:** El analista de atención al socio luego de la coordinación con las áreas involucradas deberá proponer una repuesta de la queja y/o reclamo, corrigiendo el problema identificado y enviando la información de la misma al jefe del área de atención al socio para conocimiento, validación de la respuesta y control. Si la queja y/o reclamo no pudiera resolverse inmediatamente deberá direccionarse al jefe del área de atención al socio.

- d) Comunicación de la decisión:** La decisión tomada para brindar atención a la queja o reclamo, deberá ser comunicada tan pronto como se tome, a fin de que el jefe/administrador de OEP, brinde oportunamente la respuesta de la queja y/o reclamo.
- e) Cierre de la queja y/o reclamo:** Una vez que se comuniquen la respuesta al socio luego de realizado el análisis respectivo de la queja y/o reclamo deberá quedar cerrada. Si el socio rechazara la decisión propuesta, la queja o reclamo podrá ser interpuesta nuevamente por el socio, por tanto, deberá ser gestión del jefe del área de atención al socio realizar las acciones necesarias para poder atender a su queja o reclamo.
- f) Registro en Línea (controla tus reclamos INDECOPI):** El analista de atención al socio, luego de realizada la atención a la queja y/o reclamo, oportunamente deberá realizar el registro en el sistema virtual controla tus reclamos de INDECOPI. Para ello previamente el jefe del área de atención al socio revisará y autorizará al analista de atención al socio para que realice dicho registro.

ÁREA DE ASESORÍA LEGAL

- a) Cuando el riesgo del reclamo sea mayor y potencialmente pueda impactar de manera importante a la cooperativa, el área legal deberá coordinar con las áreas involucradas en la queja o reclamo a fin de identificar la causa real de lo sucedido con información sustentatoria.
- b) Asesorar y sustentar a las áreas involucradas, la respuesta a la queja o reclamo que se dirigirá al socio.

ÁREA DE RIESGO OPERACIONAL

- a) Coordinar con las jefaturas encargadas de los colaboradores que brindan atención directa al socio a fin de sensibilizar sobre las implicancias que acarrea en el riesgo de imagen de la cooperativa la mala atención a quejas y reclamos.
- b) A frecuencia mensual como medida preventiva controlara el estado de las quejas y/o reclamos que pudieran afectar de manera importante a la cooperativa y/o se encuentren abiertas sin las acciones a realizar en la atención al socio respecto a las quejas y/o reclamos.

ÁREA DE ATENCIÓN AL SOCIO /ANALISTA DE CALL CENTER

- a) Una vez cerrado la queja y/o reclamo el analista de atención al socio procederá a ingresar la información resultante de la gestión de la queja y/o reclamo, de la siguiente forma:

FOR-REC-001 “Formato de Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones” se ingresa a la Lista Maestra de Quejas y/o Reclamos de Socios LIS-REC-001.

FOR-REC-002 “Formato de Acción Inmediata, Preventiva y Correctiva” se ingresa a Lista Maestra de Acciones Inmediatas, Preventivas y Correctivas LIS-REC-002.

- b) El analista de atención al socio en paralelo al área de riesgo operacional deberá tomar una muestra de socios que recibieron respuesta de su queja y/o reclamo presentado en la cooperativa para verificar el grado de satisfacción con la resolución a su solicitud.

- c) A frecuencia mensual deberá elaborar reportes de los números de quejas y/o reclamos registrados en el libro de reclamaciones (físico/virtual), ordenándolo por motivo, socio, pendientes, canal de ingreso, plazos de la atención al reclamo, etc. Posteriormente deberán ser enviados mediante informe a la Gerencia General.
- d) Realizar un seguimiento de las quejas y/o reclamos cerrados, para guardar un estadístico y poder verificar el cumplimiento de las respuestas brindadas.

REGISTROS APLICADOS

- ✓ FOR-REC-001 Formato de Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones
- ✓ FOR-REC-002 Formato de Acción Inmediata, Preventiva y Correctiva
- ✓ LIS-REC-001 Lista Maestra de Quejas y/o Reclamos de Socios
- ✓ LIS-REC-002 Lista Maestra de Acciones Inmediatas, Preventivas y Correctivas

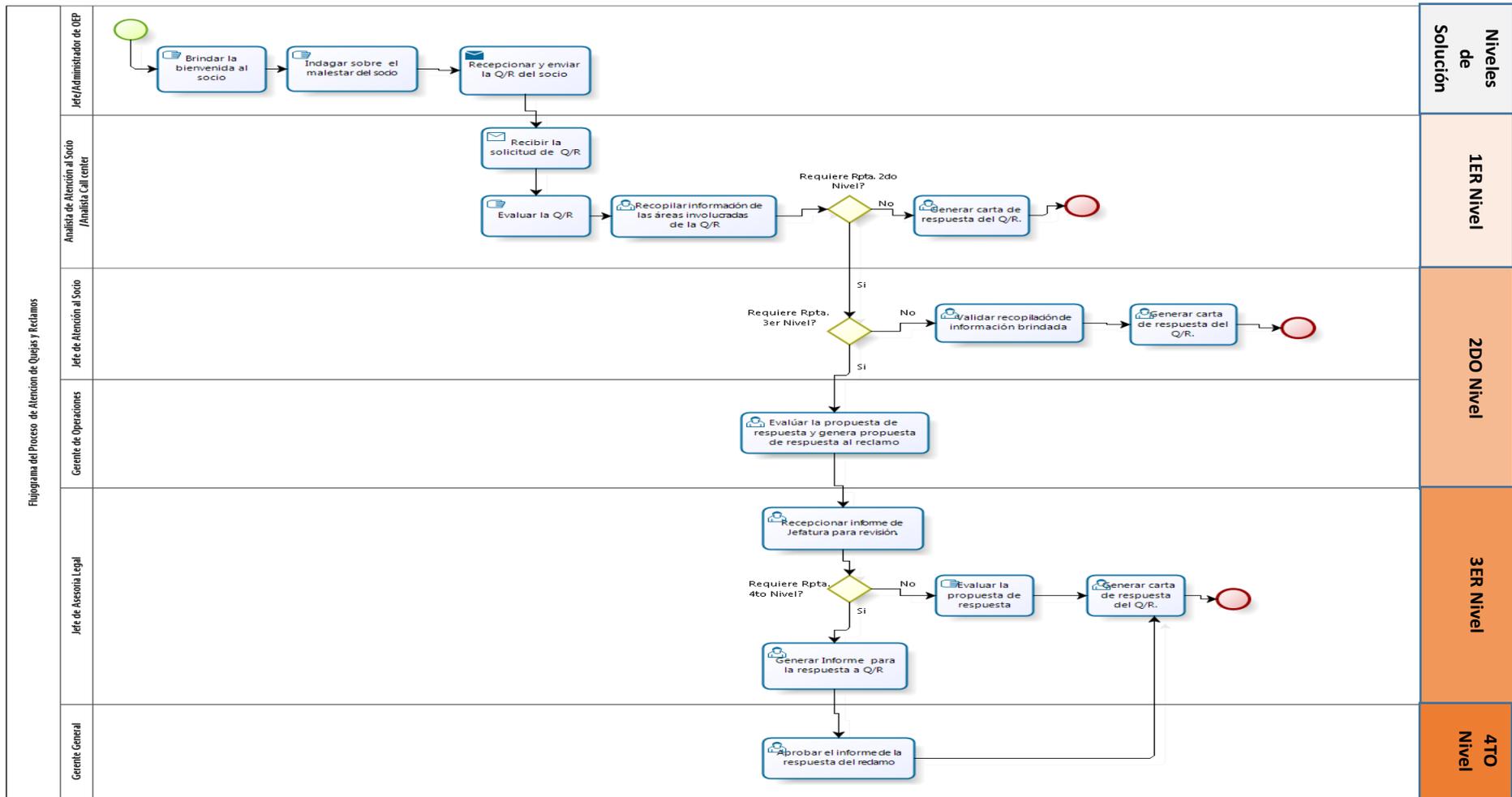


Figura 35 Propuesta de Flujograma del Proceso de Atención de Quejas y Reclamos

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 10 Formato de Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones

	Formato de Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones				Código: FOR-REC-001
					Revisión: 1
					Fecha Aprobación: 01/04/2018
LIBRO DE RECLAMACIONES					HOJA DE RECLAMACIÓN N° _____
FECHA:	(DÍA)	(MES)	(AÑO)		
(NOMBRE DE LA PERSONA NATURAL O RAZÓN SOCIAL DE LA PERSONA JURÍDICA/ RUC DEL PROVEEDOR (DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO DONDE SE COLOCA EL LIBRO DE RECLAMACIONES / CODIGO DE IDENTIFICACIÓN))					
1. IDENTIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR RECLAMANTE					
NOMBRE:					
DOMICILIO:					
DNI / CE / RUC:			TELÉFONO / E-MAIL:		
PADRE O MADRE: (PARA EL CASO DE MENORES DE EDAD)					
2. IDENTIFICACION DEL BIEN CONTRATADO					
PRODUCTO		MONTO RECLAMADO:			
SERVICIO		DESCRIPCIÓN:			
3. DETALLE DE LA RECLAMACIÓN Y PEDIDO DEL CONSUMIDOR					RECLAMO (1) <input type="checkbox"/>
					QUEJA (2) <input type="checkbox"/>
DETALLE:					
FIRMA DEL CONSUMIDOR					
4. RESPALDO DEL RECLAMO (Documentos de Respaldo)					
Originales <input type="checkbox"/>					
Copias <input type="checkbox"/>					
Otros <input type="checkbox"/>					
5. OBSERVACIONES Y ACCIONES ADOPTADAS POR EL PROVEEDOR					
FECHA DE COMUNICACIÓN DE LA RESPUESTA:		(DÍA)	(MES)	(AÑO)	
FIRMA DEL PROVEEDOR					
(1) RECLAMO: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.			(2) QUEJA: Disconformidad no relacionada a los productos o servicios; o malestar o descontento respecto a la atención al público.		
Destinatario (consumidor, proveedor o INDECOPI según corresponda)					
<p>*La formulación del reclamo no impide acudir a otras vías de solución de controversias ni es requisito previo para interponer una denuncia ante el INDECOPI.</p> <p>* El proveedor deberá dar respuesta al reclamo en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario, pudiendo ampliar el plazo hasta por treinta (30) días más, previa comunicación al consumidor.</p>					

Anexo 11 Formato de Acción Inmediata, Preventiva y Correctiva

	Formato de Acción Inmediata, Preventiva y Correctiva			Código: FOR-REC-002		
				Revisión: 1		
				Fecha Aprobación: 01/04/2018		
Seleccione la Acción a registrar						
Acción Inmediata <input type="checkbox"/>		Acción Correctiva <input type="checkbox"/>		Acción Preventiva <input type="checkbox"/>		
ORIGEN DE LA NO CONFORMIDAD (NC) (Marque con una X el origen de la no conformidad que origina la acción, para quejas y/o reclamos de socios, llenar los datos solicitados)						
Escriba el nombre del Departamento/Area u Operación:			Responsable del Departamento u Operación:		Número	
					0	
Fecha de Apertura de la NC		Fecha de Cierre de la NC		Nº de días para el cierre de la NC	0	
Responsable de la Detección						
Nombre:			Cargo:		Auditoría:	
Descripción de la No Conformidad						
Se describe detalladamente la No conformidad encontrada en la queja/reclamo						
Corrección de la No Conformidad						
Se detalla cuál es la solución a la No conformidad encontrada en la queja/reclamo						
ANÁLISIS DE LA CAUSA RAÍZ						
Se escribe cuál fue la causa de esa no conformidad (qué la generó)						
Nº	Actividades		Responsable	Fecha de Cumplimiento		
1	Las actividades a realizar para eliminar la no conformidad		Nombre del responsable			
2						
3						
Seguimiento y Verificación de la Eficacia de la Acción						
Nº	Responsable	Fecha de Seguimiento	Acción Realizada		Acción Eficaz	
			Si	No	Si	No
1	Quién es el responsable de hacer seguimiento a esta no conformidad para verificar que fue solucionada					
2						
3						
Observaciones:						
Elaborado por:			Fecha:			

Anexo 14 Validez de instrumentos por Jueces Expertos

Lima, 03 de Abril del 2018

Estimado(a) Doctor(a):

NIKO CRUZ GARCIA

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar si la Propuesta de una Política, mejora el Proceso de Atención de Quejas y Reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito. A continuación le presento una lista de ítems, relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirá para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De ante mano le agradezco su cooperación.

INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo:	Varón (X) Mujer ()
Edad:	(26) años
Profesión o especialidad:	MASTER EN GESTIÓN DE CALIDAD
Años de experiencia laboral:	14


Firma del Juez Experto

Título de la investigación: RELACIÓN DE LA GESTIÓN DE QUEJAS O RECLAMOS Y MEJORA DE LA SATISFACCIÓN DEL SOCIO EN UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PERIODO 2014-2017

Cuestionario dirigido a: Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito que presentaron una queja y/o reclamo en el periodo 2014-2017.

Dimensión N°1: Calidad de atención

Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. La atención recibida por parte del PERSONAL DE QUEJAS Y RECLAMOS, en términos de CALIDAD DE ATENCIÓN fue	x			x	x	

Dimensión N°2: Satisfacción

Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
2. Cómo calificaría su nivel de SATISFACCIÓN en cuanto a la respuesta recibida por parte de la COOPERATIVA	x			x	x	
3. ¿La respuesta, dada a su requerimiento por el ÁREA DE ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS cumplió sus expectativas?	x			x	x	

Dimensión N°3: Tiempo

Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
4. La atención en términos de oportunidad y rapidez en el tiempo de respuesta fue:	x			x	x	

Dimensión N°4: Gestión						
Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
5. Cómo calificaría la GESTIÓN realizada por la COOPERATIVA en atención a su queja o reclamo presentado:	x			x	x	
6. Considera que el trámite dado a su requerimiento, en términos de solución al mismo, logró que su petición haya sido:	x			x	x	

Dimensión N°5: Información						
Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
7. Cómo calificaría el nivel de INFORMACIÓN que le brindó el PERSONAL DE QUEJAS Y RECLAMOS en cuanto a la solicitud de su queja o reclamo.	x			x	x	

Lima, 03 de Abril del 2018

Estimado(a) Doctor(a):

MSC. MIGUEL ARROYO RIZO PATRÓN

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar si la Propuesta de una Política, mejora el Proceso de Atención de Quejas y Reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito. A continuación le presento una lista de ítems, relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirá para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De ante mano le agradezco su cooperación.

INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo:	Varón (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Edad:	(13) años
Profesión o especialidad:	COMERCIO INTERNACIONAL Y MARKETING.
Años de experiencia laboral:	50


Firma del Juez Experto

Título de la investigación: RELACIÓN DE LA GESTIÓN DE QUEJAS O RECLAMOS Y MEJORA DE LA SATISFACCIÓN DEL SOCIO EN UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PERIODO 2014-2017

Cuestionario dirigido a: Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito que presentaron una queja y/o reclamo en el periodo 2014-2017.

Dimensión N°1: Calidad de atención						
Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. La atención recibida por parte del PERSONAL DE QUEJAS Y RECLAMOS, en términos de CALIDAD DE ATENCIÓN fue	x			x	x	

Dimensión N°2: Satisfacción						
Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
2. Cómo calificaría su nivel de SATISFACCIÓN en cuanto a la respuesta recibida por parte de la COOPERATIVA	x			x	x	
3. ¿La respuesta, dada a su requerimiento por el ÁREA DE ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS cumplió sus expectativas?	x			x	x	

Dimensión N°3: Tiempo						
Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
4. La atención en términos de oportunidad y rapidez en el tiempo de respuesta fue:	x			x	x	

Dimensión N°4: Gestión						
Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
5. Cómo calificaría la GESTIÓN realizada por la COOPERATIVA en atención a su queja o reclamo presentado:	x			x	x	
6. Considera que el trámite dado a su requerimiento, en términos de solución al mismo, logró que su petición haya sido:	x			x	x	

Dimensión N°5: Información						
Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
7. Cómo calificaría el nivel de INFORMACIÓN que le brindó el PERSONAL DE QUEJAS Y RECLAMOS en cuanto a la solicitud de su queja o reclamo.	x			x	x	

Lima, 03 de Abril del 2018

Estimado(a) Doctor(a):

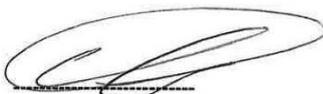
CARLOS MEDINA MORANTE

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar si la Propuesta de una Política, mejora el Proceso de Atención de Quejas y Reclamos en una Cooperativa de Ahorro y Crédito. A continuación le presento una lista de ítems, relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirá para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De ante mano le agradezco su cooperación.

INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo:	Varón (<input checked="" type="checkbox"/>)	Mujer (<input type="checkbox"/>)
Edad:	(46) años	
Profesión o especialidad:	MAGISTER EN PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL	
Años de experiencia laboral:	23	



Firma del Juez Experto

Título de la investigación: RELACIÓN DE LA GESTIÓN DE QUEJAS O RECLAMOS Y MEJORA DE LA SATISFACCIÓN DEL SOCIO EN UNA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO PERIODO 2014-2017

Cuestionario dirigido a: Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito que presentaron una queja y/o reclamo en el periodo 2014-2017.

Dimensión N°1: Calidad de atención

Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. La atención recibida por parte del PERSONAL DE QUEJAS Y RECLAMOS, en términos de CALIDAD DE ATENCIÓN fue	x			x	x	

Dimensión N°2: Satisfacción

Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
2. Cómo calificaría su nivel de SATISFACCIÓN en cuanto a la respuesta recibida por parte de la COOPERATIVA	x			x	x	
3. ¿La respuesta, dada a su requerimiento por el ÁREA DE ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS cumplió sus expectativas?	x			x	x	

Dimensión N°3: Tiempo

Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
4. La atención en términos de oportunidad y rapidez en el tiempo de respuesta fue:	x			x	x	

Dimensión N°4: Gestión						
Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
5. Cómo calificaría la GESTIÓN realizada por la COOPERATIVA en atención a su queja o reclamo presentado:	x			x	x	
6. Considera que el trámite dado a su requerimiento, en términos de solución al mismo, logró que su petición haya sido:	x			x	x	

Dimensión N°5: Información						
Ítems	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
7. Cómo calificaría el nivel de INFORMACIÓN que le brindó el PERSONAL DE QUEJAS Y RECLAMOS en cuanto a la solicitud de su queja o reclamo.	x			x	x	

Anexo 15 Constancia emitida por la institución donde se realizó la investigación

