



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

Plan de mejora para el área de atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro.

Línea de Investigación:

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

José Fabian Agualongo Llambo

Tutor/a:

Mg. Ana Lucia Tulcán

Mg. Sebastián Pérez

Quito – Ecuador

2025

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Ana Lucia Tulcán con C.I: 0401371083 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan de mejora para el área de atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro.

Elaborado por: José Fabian Agualongo Llambo, de C.I: 180468533-5, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 17 de septiembre de 2025

Firma



Yo, Héctor Sebastián Pérez Manosalvas con C.I: 172152918-6 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan de mejora para el área de atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro.

Elaborado por: José Fabian Agualongo Llambo, de C.I: 180468533-5, estudiante de la Maestría: Administración de Empresas de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 17 de septiembre de 2025



Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, José Fabian Agualongo Llambo con C.I: 1804685335, autor/a del proyecto de titulación denominado: Plan de mejora para el área de atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro. Previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 17 de septiembre de 2025

JOSE FABIAN
AGUALONGO
LLAMBO

Firmado digitalmente
por JOSE FABIAN
AGUALONGO LLAMBO
Fecha: 2025.09.17
10:54:20 -05'00'

Firma

TABLA DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE.....	iv
TABLA DE CONTENIDOS.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
INFORMACIÓN GENERAL	10
Contextualización del tema	10
Problema objeto de investigación	13
Objetivo general	14
Objetivos específicos	14
Vinculación con la sociedad.....	14
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	16
1.1. Antecedentes de investigación	16
1.2. Contextualización de fundamentos teóricos	20
1.3. Marco conceptual.....	30
1.4. Proceso de investigación	31
1.4.1. Enfoque de investigación	31
1.4.2. Tipo de investigación	31
1.4.3. Diseño de investigación	32
1.4.4. Población y muestra.....	32
1.4.5. Métodos, técnicas e instrumentos	34
1.5. Análisis de Resultados.....	35
1.5.1. Entrevista aplicada al jefe de agencia	35

1.5.2. Cuestionario aplicado a los empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda. Ag...	38
1.5.3. Cuestionario aplicado a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda. Ag...	50
CAPÍTULO II: PROPUESTA	64
2.1. Fundamentos teóricos aplicados	64
2.2. Descripción de la propuesta	68
2.3. Estructura general	69
2.4. Explicación del aporte	71
2.5. Estrategias de Implementación	84
2.6. Validación de la Propuesta	107
2.7. Matriz de articulación	109
CAPÍTULO III: CONCLUSIONES	112
3.1. Conclusiones	112
3.2. Recomendaciones	113
REFERENCIAS	114
ANEXOS	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Principales áreas de la gestión empresarial	21
Tabla 2 Tácticas de gestión empresarial más comunes.....	22
Tabla 3 Tácticas de gestión empresarial más comunes.....	25
Tabla 4 Población de estudio	32
Tabla 5 Muestra de estudio	33
Tabla 6 Análisis de las entrevistas aplicadas a los jefes departamentales	35
Tabla 7 Capacitación para mejorar la atención al cliente	38
Tabla 8 Principales problemas en la atención al cliente	39
Tabla 9 Uso de la inteligencia artificial dentro de la Cooperativa	40
Tabla 10 Funciones de un chatbot en la COAC	42
Tabla 11 Incorporación de chatbots	43
Tabla 12 Evaluación al cliente de la COAC Ambato.....	44
Tabla 13 Problemas frecuentes al atender al cliente	45
Tabla 14 Atención al cliente con la implementación del IA.....	46
Tabla 15 Clientes que interactúan con chatbot.....	48
Tabla 16 Nivel de satisfacción con los procesos actuales de atención al cliente	49
Tabla 17 Procesos actuales de atención al cliente	50
Tabla 18 Problemas que existe en atención al cliente.....	51
Tabla 19 Problemas que existe en atención al cliente.....	53
Tabla 20 Aspectos que mejoraran la atención al cliente	54
Tabla 21 Posibilidad de que los clientes interactúen con chatbot	55
Tabla 22 Nivel de satisfacción en los procesos de atención al cliente	56
Tabla 23 Frecuencia de la utilización de los servicios en la cooperativa	58
Tabla 24 Canales de atención de la cooperativa	59

Tabla 25 Experiencias positivas y negativas en atención al cliente	60
Tabla 26 Experiencias positivas y negativas en atención al cliente	62
Tabla 27 Estructura del plan de mejora incorporando Inteligencia Artificial con chatbots en la COAC Ambato, agencia Quito.	69
Tabla 28 Estrategia 2: Definición de criterios de selección	86
Tabla 29 Estrategia 3: Evaluación de opciones y pruebas piloto	87
Tabla 30 Estrategia 4: Capacitación y monitoreo	88
Tabla 31 Estrategia 5: Integración de la IA y Chatbots en los sistemas de la cooperativa.....	89
Tabla 32 Estrategia 6: Automatización de procesos con inteligencia artificial	90
Tabla 33 Estrategia 7: Implementación de un Chatbot para la atención al cliente.....	91
Tabla 34 Estrategia 8: Evaluación del impacto de la IA en la Cooperativa	92
Tabla 35 Estrategia 9: Seguridad y protección de datos en la implementación de IA	93
Tabla 36 Estrategia 10: Capacitación y adaptación del personal a la IA.....	94
Tabla 37 Capacitación y Desarrollo del Personal en IA y Chatbots	96
Tabla 38 Evaluación y monitoreo del desempeño de Chatbots.....	99
Tabla 39 Evaluación y monitoreo del desempeño de Chatbots.....	100
Tabla 40 Estrategias de Comunicación para la Implementación de Chatbots	102
Tabla 41 Cronograma de Implementación de Chatbots	105
Tabla 42 Presupuesto de Implementación de Chatbots	106
Tabla 45 Matriz de articulación.....	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Capacitación para mejorar la atención al cliente	38
Figura 2 Principales problemas en la atención al cliente	40
Figura 3 Uso de la inteligencia artificial dentro de la Cooperativa	41
Figura 4 Funcionalidades del chatbot	42
Figura 5 Incorporación de chatbots	43
Figura 6 Evaluación al cliente de la COAC Ambato	45
Figura 7 Problemas frecuentes al atender al cliente	46
Figura 8 Atención al cliente con la implementación del IA	47
Figura 9 Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.	48
Figura 10 Nivel de satisfacción con los procesos actuales de atención al cliente	49
Figura 11 Procesos actuales de atención al cliente	51
Figura 12 Problemas que existe en atención al cliente	52
Figura 13 Problemas que existe en atención al cliente	53
Figura 14 Aspectos que mejoraran la atención al cliente	54
Figura 15 Posibilidad de que los clientes interactúen con chatbot	56
Figura 16 Nivel de satisfacción en los procesos de atención al cliente	57
Figura 17 Frecuencia de la utilización de los servicios en la cooperativa	58
Figura 18 Canales de atención de la cooperativa	59
Figura 19 Experiencias positivas y negativas en atención al cliente	61
Figura 20 Experiencias positivas y negativas en atención al cliente	62
Figura 21 Organigrama estructural	74
Figura 22 Flujograma de la atención al cliente	¡Error! Marcador no definido.

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

A nivel mundial, las cooperativas de ahorro y crédito son increíblemente importantes en la inclusión financiera, ellas proporcionan fácil acceso a servicios bancarios en áreas donde los bancos regulares no operan. El suyo, modelo de negocio, es propiedad de los socios promueve la participación democrática y el desarrollo económico local impulsando, así, la equidad y estabilidad financiera (Martínez, 2019).

En este contexto, la inteligencia artificial ha revolucionado el sector financiero, lo que permite una mejor administración de riesgos, menor gastos operativos y una mayor satisfacción del cliente. En los EE. UU. , la IA se usa para detectar fraudes y agilizar el análisis crediticio. Japón ha adoptado chatbots y asistentes virtuales en su sistema financiero, y Australia y Suecia han implementado modelos de IA para mejorar la gestión de riesgos y simplificar el acceso a préstamos incluso sin historial crediticio (Fernández, 2021).

China vio gigantes tecnológicos como Alibaba y Tencent, ¡eh!, usando IA para transformar los servicios financieros, resultando en productos mucho más personalizados. En el Reino Unido, la IA impulsó el auge de las fintech, optimizando como nunca la gestión del riesgo financiero. Singapur, ¡mira tú!, colaboró e integró IA en la detección de fraudes y administración de riesgos, liderando la innovación financiera.

Esta tendencia mundial demuestra que la IA en finanzas no solo aumenta la eficiencia, ¿sabes?, sino que también promueve la inclusión financiera con evaluaciones de riesgo más precisas, y ajusta los servicios a toda la gente (Gallardo, 2021).

En Latinoamérica, el acceso financiero sigue siendo un problemón, ya que, una gran parte de la gente carece de cuentas bancarias o crédito formal. En este escenario, las COACs son lo

mejor, ofreciendo alternativas financieras a comunidades desatendidas por la banca ¡yuju! (Meneses, 2019).

El empleo de la IA en la región demostró su valía, impactando la gestión financiera y ampliando el acceso a los servicios. En Brasil, la IA se desplegó, afinando las calificaciones crediticias y personalizando los servicios financieros; un empujón para la inclusión financiera (Moscoso, 2018). En México, la automatización, impulsada por IA, agilizó procesos, bajando costos y acelerando la respuesta en cooperativas de crédito (Rosero, 2017).

Chile se benefició, con la IA robusteciendo la detección de fraudes y mejorando el servicio al cliente, por medio de los chatbots. En Argentina, la automatización de tareas y la personalización del servicio ayudaron a las cooperativas a manejar más operaciones, con mayor eficacia (Castillo, 2022).

Este avance tecnológico, realmente, permitió a las cooperativas mejorar su eficiencia y reducir costos, potenciando la inclusión financiera. Aun así, el acceso a la tecnología y la formación del personal, sigue siendo desafíos que deben abordarse para maximizar el efecto de la IA en el sector financiero latinoamericano.

En Ecuador, la historia de las cooperativas de ahorro y crédito empieza a finales del siglo XIX, ¡una larga data! y, han experimentado cambios notables. Hoy día, hay más de 1000 cooperativas en el país, ofreciendo empleo a más de 100000 personas, ¡una gran labor! que a su vez contribuyen ingresos anuales, pasando los 10000 millones de dólares (Almendariz, 2019). Estas cooperativas juegan un rol muy importante en la inclusión financiera, especialmente en zonas rurales y comunidades con dificultades donde la banca tradicional es poco accesible, muy limitada.

A pesar de su gran influencia positiva, las cooperativas luchan con retos como la gestión de riesgos financieros, la competencia con la banca tradicional, y mejorando sus operaciones. Respondiendo a esto, el sector ha iniciado a usar soluciones basadas en IA para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de sus servicios, claro. La IA le permite a las cooperativas ecuatorianas, optimizar los procesos, automatizando trámites liberando a los empleados, que se centran en tareas de mayor valor, que es bueno. El uso de Big Data y algoritmos avanzados ha mejorado la evaluación crediticia, ¡que bueno! permitiendo un análisis más preciso del riesgo financiero y más inclusión crediticia (Guerra, 2019).

No cabe duda de que, la inteligencia artificial representa una oportunidad para las cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador, permitiéndoles mejorar su eficiencia operativa, optimizar la gestión de riesgos y fortalecer la inclusión financiera.

Asimismo, la llegada de chatbots y asistentes digitales dinamizó mucho el servicio al cliente, brindando atención constante, a toda hora, y haciendo la experiencia de los socios mucho mejor. El uso de IA para detectar fraudes, también se reforzó la seguridad financiera, blindando tanto a las cooperativas como a sus usuarios, según Hurtado en el 2019.

Pa' que las cooperativas ecuatorianas saquen todo el jugo a la IA, deben invertir en la formación de su gente y actualizar sus infraestructuras tecnológicas, ya verás. La falta de acceso a tecnología de punta y la resistencia al cambio son piedras en el zapato que deben superar para poner en marcha este proyecto.

Además, trabajar codo con codo con el gobierno y las universidades podría facilitar la adopción de la IA, impulsando la investigación y desarrollo de soluciones hechas a la medida de las cooperativas. Por eso, se necesitan políticas públicas que impulsen la digitalización financiera y regulen bien el uso de IA, todo para asegurar la transparencia y la seguridad, según Mendoza, 2021. Creada en enero de 2003 por un grupo de indígenas de la comunidad Chibuleo San

Alfonso, cerca de Ambato, provincia de Tungurahua, ha crecido significativamente desde sus inicios. Creada originalmente para satisfacer las necesidades familiares mediante aportaciones mensuales de los socios y préstamos entre socios, la Cooperativa ha ampliado su alcance abriendo oficinas estratégicamente en varias localidades ecuatorianas. Actualmente tiene su sede en Ambato y cuenta con 20 agencias en las provincias de Tungurahua, Pichincha, Chimborazo, Cotopaxi, Bolívar, Cañar y Napo, consolidando así su presencia en múltiples zonas del país para brindar servicios financieros a una amplia base de socios y clientes (COAC Ambato, 2023).

La Sucursal Quito Centro de la Cooperativa fue inaugurada el 18 de febrero de 2014, destacándose como una de las sucursales más significativas de la institución. Brinda una amplia gama de servicios que incluyen préstamos, depósitos, transferencias de efectivo e inversiones ofreciendo una variedad de productos financieros para satisfacer las necesidades financieras de sus clientes. Actualmente la sucursal atiende aproximadamente a 3019 asociados y cuenta con un personal de 13 personas distribuidas en varias áreas para asegurar un servicio completo y competente (COAC Ambato, 2023).

Problema objeto de investigación

Después de realizar un pequeño estudio en el lugar, se han encontrado principios desiguales que afectan el servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro. Una de las principales razones es la falta de comunicación clara entre el equipo y los socios, lo que complica la rápida resolución de preguntas y solicitudes. Asimismo, la lentitud en la atención al cliente se debe a la falta de procesos automáticos que mejoren los tiempos de respuesta.

Otra causa significativa es la incorporación limitada de herramientas tecnológicas avanzadas en comparación con otras cooperativas del sector, lo que restringe la eficiencia en la gestión de servicios. Asimismo, la concesión de créditos sin un análisis riguroso ha generado un aumento en la morosidad, afectando la estabilidad financiera de la cooperativa.

Los efectos de estos factores incluyen un servicio de atención que podría ser más eficiente, tiempos de espera prolongados y oportunidades de mejora en la satisfacción de los socios. La falta de capacitación especializada para atender clientes, también afecta la calidad del servicio entregado, y claro, la imagen de la entidad asimismo se resiente. Por ello surge la siguiente interrogante:

¿Cómo contribuiría un plan de mejora basado en inteligencia artificial a optimizar los procesos de atención al cliente en la COAC Ambato, Agencia Quito Centro?

Objetivo general

Crear un plan de mejora para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda. , Agencia Quito Centro, usando Inteligencia Artificial, y así mejorar procesos y fortalecer el área de atención al cliente.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente planes de mejora mediante la recopilación y el análisis de información relevante, con el fin de proporcionar una base sólida para la propuesta.
- Diagnosticar las condiciones actuales de la Cooperativa Ambato, agencia Quito Centro, mediante el estudio de sus procesos y recursos, para identificar oportunidades de mejora en la atención al cliente.
- Diseñar un plan de mejora que incorpore Inteligencia Artificial con chatbots, definiendo estrategias y herramientas tecnológicas que optimicen la atención al cliente y agilicen los procesos.
- Validar la propuesta mediante la revisión y retroalimentación de expertos, asegurando su viabilidad y efectividad en la cooperativa

Vinculación con la sociedad

El estudio actual, tiene como objetivo, idear un plan de optimización para la COAC Ambato Ltda. Quito, empleando Inteligencia Artificial (IA) con la intención de acelerar los

procesos y reforzar la atención al cliente, impactando positivamente a la comunidad. Además, incorporar estas tecnologías no solo mejorará la administración de recursos y personalizará los servicios por medio de análisis predictivos, sino también impulsará la inclusión financiera, concediendo un acceso equitativo a soluciones innovadoras. Al afinar la eficiencia operativa y elevar la calidad del servicio, la cooperativa, afianzará su vínculo con la sociedad, sembrando confianza entre sus miembros, y contribuyendo a su crecimiento.

Los socios y clientes de COAC Ambato Ltda. son, en realidad, los que resultan directamente beneficiados por esta nueva iniciativa, experimentando un servicio ágil y totalmente personalizado, ¡gracias a la automatización de procesos! Además, los empleados de la cooperativa obtendrán provecho de herramientas tecnológicas optimizadas que harán su trabajo más fácil, mejorando la eficiencia en la gestión de los recursos de manera considerable. Igualmente, las empresas que colaboren con la cooperativa podrán disponer de servicios financieros flexibles y eficientes, lo que va a fortalecer su desempeño y estabilidad económica, claro está.

El propósito central de esta iniciativa es, impulsar una verdadera transformación digital que posicione a COAC Ambato, nada menos, como una entidad innovadora en su sector. La integración de IA, que seguro, va a contribuir a una mejor precisión y agilidad en la toma de decisiones estratégicas, sin olvidar el refuerzo en la seguridad financiera mediante la detección y prevención del fraude, ¿verdad? En resumen, todo esto se va a traducir en un servicio aún más eficiente y una confianza aún mayor por parte de los clientes y otros grupos de interés.

El plan que se presenta adopta un camino organizado eh, empezando con un análisis detallado de la cooperativa ahora mismo, para después, poco a poco, meter sistemas de IA, una prueba supervisada y formar al equipo. Al ver si funciona, usaremos métricas, así se mide el efecto del cambio y se ajusta según lo que salga.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Antecedentes de investigación

Título: Plan de mejora para el área de servicio al cliente en la cooperativa 29 de octubre agencia Riobamba.

Autor Albuja.

Año 2021.

Tipo de documento Tesis.

Objetivo principal de la investigación: La misión es, crear un plan para mejorar el servicio al cliente en la agencia Riobamba de la Cooperativa 29 de octubre.

Método utilizado: Se emplearon enfoques exploratorios, descriptivos y explicativos en esta investigación, también un método analítico y sintético. Las herramientas incluyeron entrevistas, observaciones y encuestas.

Conclusiones y descubrimientos clave: La agencia de la Cooperativa 29 de octubre en Riobamba es antigua y apreciada por sus clientes, aunque presenta retos en su atención. Estos problemas, podrán solucionarse con esfuerzo y dedicación de personal de atención, y también, todos los empleados.

Aporte a la presente investigación: Se dieron instrumentos a los funcionarios para mejorar sus tareas y fortalecer las relaciones dentro del equipo, promocionando un trabajo conjunto conforme a los objetivos institucionales.

Comparado con investigaciones anteriores acerca del desarrollo organizacional y el trabajo en equipo, se aprecia que usar estas herramientas no solamente incrementa la eficiencia individual, ¡sino que también impulsa la sinergia en grupo! Así se ayuda a crear un ambiente laboral más productivo y cohesionado. De esta forma, el valor de esta investigación reside en mostrar, con un análisis crítico, como la capacitación y el soporte organizacional impactan directamente el alcance de las metas en grupo.

Título: Plan de mejora del sistema de control de inventarios para la Empresa Electroil Cía. Ltda. En la ciudad de Francisco de Orellana, provincia de Orellana

Autor: (Aguilar)

Año: 2022

Tipo de documento: Tesis

Objetivo general de la investigación: Diseñar un plan de mejora del sistema de control de inventarios de la empresa Electroil Cía. Ltda. Que permita gestionar un control de las existencias reales y su rotación.

Metodología aplicada: Se utilizarán los instrumentos de investigación: entrevista y observación, donde las preguntas estarán dirigidas al personal de la empresa Electroil Cía. Ltda.

Principales conclusiones y hallazgos: En el diagnóstico de la situación actual de la empresa Electroil CIA LTDA, a través de una entrevista al personal y al Gerente, se identificó que la empresa no mantiene un sistema de control de inventarios que permita conocer con exactitud las cantidades y el tiempo que el material permanece almacenado. La falta de constataciones físicas del material ha provocado que se identifiquen materiales caducados y deteriorados solo en el momento del despacho. Otro aspecto fundamental identificado es la falta de capacitación del personal, quienes desconocen la organización y clasificación del material en las perchas, lo que ha ocasionado demoras en el despacho al cliente.

Aporte a la presente investigación: La elaboración de un manual de funciones permite que cada trabajador conozca de manera detallada las actividades bajo su responsabilidad, contribuyendo a una mayor claridad en los roles y eficiencia operativa. Al comparar este enfoque con investigaciones previas sobre gestión organizacional y desarrollo de capital humano, se evidencia que contar con manuales claros y procesos documentados reduce errores, mejora la coordinación interna y fortalece la calidad del servicio. De esta manera, el valor de esta investigación reside en proporcionar un análisis crítico profundo. El cual combina la identificación de fallos, tal como falta de entrenamiento, deficiencias en la supervisión del inventario y en la

gestión documental, y, ofrece sugerencias para mejorar basándose en instrumentos como planes estratégicos, reingeniería de procesos, y sistemas de gestión documental. Así mostrando como un enfoque integral influye favorablemente en el rendimiento y la consecución de las metas organizativas.

Título: Plan de perfeccionamiento para la optimización de procesos en servicio postventa en compañías distribuidoras de electrodomésticos.

Autor: (Calderón & Castillo)

Año: 2024

Tipo de documento: Tesis

Objetivo general de la investigación: Crear un plan que mejore y optimice los procesos, centrados en el servicio postventa, en las empresas que venden electrodomésticos.

Metodología aplicada: Una investigación bien detallada fue aplicada, obteniendo datos a través de métodos cuantitativos y cualitativos, se utilizaron encuestas y entrevistas.

Principales conclusiones y hallazgos: Los resultados, vaya, mostraron que la pandemia afectó negativamente el consumo de electrodomésticos, eso causó una baja en la llegada de nuevos clientes, claro para algunas empresas. Además, el servicio postventa resultó crucial para la satisfacción del cliente, con la pronta solución de problemas y la buena calidad en atención al cliente siendo puntos claves para los encuestados. Por otro lado, hubo problemitas en la consistencia del servicio, en la gestión de reparaciones y garantías, la logística de devoluciones y la formación del personal en nuevas tecnologías.

Contribución a esta investigación: El estudio realmente importa porque comprueba que optimizar los tramites de atención al cliente, solucionando rápido los problemas, mejorando la calidad del servicio, manejando bien las quejas, y capacitando al personal son cosas muy importantes para conseguir la satisfacción y lealtad de los clientes. Estos hallazgos podrían usarse en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda. sucursal Quito Centro, ya que dan

una base para hacer un plan y mejorar para fortalecer la atención al cliente, y así, atender mejor las necesidades de los socios.

Título: Plan de mejora en la calidad de atención en el servicio de consulta externa móvil de Servimedic Machala.

Autor: (Illescas)

Año: 2022

Tipo de documento: Tesis

Objetivo general de la investigación: Reconstruir el sistema de atención del área de consulta externa de la presentadora de servicios Servimedic Machala con la implementación de políticas de calidad dirigidas a las necesidades del target poblacional.

Metodología aplicada: Se realizó un estudio de enfoque cualitativo a través de método de investigación observacional (descriptivo). Los datos se obtendrán mediante un análisis observacional, entrevista a gerencia, encuesta de satisfacción hacia los pacientes y grupos de enfoque para conocer sus opiniones, sugerencias, reclamos, preferencias y recomendaciones para mejorar la calidad de atención del personal de salud y administrativo hacia los usuarios.

Principales conclusiones y hallazgos: La calidad de salud posee un impacto directo en los usuarios y no solo es relacionada con la satisfacción de pacientes, también tiene la finalidad de atraer nuevos usuarios y retener a los clientes actuales, optimizando mejoras en el nivel de atención con calidad. Toda institución del área de salud necesita implementar un plan de mejora continua en la calidad, de esta forma los pacientes se sienten escuchados y participe de la entidad de salud, mejorando de esta manera sus índices de satisfacción.

Aporte a la presente investigación: El estudio evidencia que la aplicación de planes de mejora orientados a la calidad de atención genera un impacto positivo en la experiencia de los usuarios, al incrementar su nivel de satisfacción, fomentar su fidelidad y fortalecer la relación con la institución. Estos hallazgos resultan pertinentes para la investigación sobre la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro, ya que permiten sustentar la necesidad de

implementar estrategias de atención al cliente que respondan a las expectativas de los socios, contribuyendo a consolidar la confianza, la retención y el crecimiento institucional.

1.2. Contextualización de fundamentos teóricos

Administrar una empresa implica planear, organizar, dirigir, y controlar los recursos de una organización, ¿vale? Esos recursos son intelectuales, humanos, materiales, y financieros. Se busca maximizar las ganancias, alcanzar los objetivos, y mantener la competitividad claro (Jiménez, 2023).

A través de una buena gestión, no hay duda, que se alcanzan las metas empresariales. Es crucial que los dueños entiendan la importancia de la administración, porque la administración es un componente clave de la gestión empresarial. Su importancia reside en cubrir las necesidades, tanto internas como externas. Es primordial planificar, organizar, dirigir y controlar para asegurar el éxito organizacional, ya verás (Picado & Sergueyevna, 2022).

Hablando de la administración de empresas, vemos que es la práctica de metas comerciales. El avance rápido de las innovaciones simplifico el acceso a la información y la comunicación, algo que causó grandes cambios en el ámbito económico y organizacional. Esto genera profundas transformaciones en la producción, el comercio y el financiamiento global, sin duda alguna (Miño & Mayorga, 2023).

Objetivo

El núcleo central de la administración empresarial es, en esencia, elevar el valor para los accionistas y otras partes interesadas; asegurar la felicidad de los clientes y el bienestar de los trabajadores, todo simultáneamente (Mascareñas, 2024). Esto se alcanza usando una mezcla de liderazgo eficaz, innovación incesante, y una comprensión solida del mundo empresarial. Además, la gestión de negocios pide, urgentemente, una adaptación permanente a las mudanzas del mercado, las novedosas tecnologías, y las crecientes expectativas de los consumidores (Reyes, 2024).

Principales áreas de la gestión empresarial

Díaz (2021) afirma que existen varias áreas fundamentales para las operaciones empresariales, cada una de las cuales desempeña un papel decisivo en el éxito organizativo general de la organización:

Tabla 1

Principales áreas de la gestión empresarial

Áreas de la gestión	Definición
Gestión estratégica	Implica definir la dirección general de la organización y diseñar planes a largo plazo para alcanzar sus metas y objetivos
Operaciones financieras	La administración financiera es fundamental para la estabilidad y el crecimiento de la empresa, pues abarca la gestión de los fondos monetarios mediante la elaboración de presupuestos, el análisis financiero y la planificación de inversiones.
Marketing	Actúa como un vínculo entre la empresa y sus clientes, identificando y analizando sus necesidades y deseos, desarrollando productos y servicios que los satisfagan, y transmitiendo eficazmente su valor en el mercado.
Actividad	La administración se concentra en hacer que los procesos y sistemas de producción y distribución de productos o servicios sean eficientes y efectivos.
Gestión de recursos humanos	El personal es uno de los activos más importantes dentro de la empresa, la administración de recursos humanos incluye actividades como la elección, la contratación, la formación, el desarrollo, la evaluación del rendimiento y la gestión de salarios, con el fin de promover la efectividad y el avance profesional.
Tecnología de la información	Durante la era digital, la tecnología de la información es importante para el trabajo de las empresas. La gestión de la tecnología de la información incluye la infraestructura

Gestión de riesgos

tecnológica, la que se encuentra dentro del hardware, software y sistemas de información
cada organización está amenazada, puede afectar su eficiencia y estabilidad. La gestión de riesgos incluye esta identificación, evaluación y gestión de riesgos, que puede ser de naturaleza financiera, legal, operativa o estratégica

Nota: Conforme la información de los autores; (Velázquez, 2022), (Ponce & Mantuano, 2024), (Valentin & Manriquez, 2024); (Corella & Olea, 2023); (Carvajal, 2021), (Soledispa & Álvarez, 2021), (Montaño & Forero, 2024)

Tácticas de gestión empresarial más comunes

Según el autor de Miranda (2022), existen diferentes técnicas que pueden usarse en la gestión empresarial de acuerdo con los objetivos y problemas específicos de la organización. Algunas de las tácticas más comunes incluyen:

Tabla 2

Tácticas de gestión empresarial más comunes

Áreas de la gestión	Definición
Establecer objetivos claros	Es importante para la gestión organizacional, debido a que permite a los gerentes y empleados coordinar sus esfuerzos y medir el proceso para los resultados deseados.
Comunicación efectiva	Una conexión positiva es importancia para el éxito de cada organización, incluida la transferencia de objetivos y puntos de vista, proporcionando comentarios y reconocimientos, así como la construcción de relaciones sólidas con las partes y los empleados interesados
Evaluación y desempeño del desempeño del personal	Establecer criterios para la eficiencia y dar retroalimentación a los líderes son de importancia básica para el desempeño de los empleados.

La construcción de equipos fuertes	Crear un entorno laboral positivo y popular, definiendo claramente los roles y responsabilidades, así como garantizar las oportunidades y el desarrollo profesional de los miembros del grupo
Determinar sus riesgos y gestión	Evaluar las posibles amenazas y desarrollar sus estrategias de minimización es una táctica importante en los negocios.

Nota: Información proporcionada por (Paravic & Lagos, 2022); (Parrilla, 2020); (Obando, 2020); (Aizaga, 2021); (Palacios, 2020).

Plan de mejora

El concepto de Mejora Continua se fragmenta en dos partes distintas. La primer parte, el Plan, es un esquema de acción sistemático, útil tanto en el sector público como en el privado, que se diseña de antemano para guiar y ayudar, como bien detalla Godoy (2024). La segunda sección, la Mejora Continua, es vista como crucial en el viaje hacia la Calidad Total y la Excelencia, según Saucedo (2022).

Analizando esto, un plan de mejora continua agrupa acciones dirigidas a obtener resultados de calidad y eficiencia, sí. Es importante notar que los vocablos "plan" y "mejora continua" vienen de la administración, pero se enfoquen en perspectivas diferentes, como indica Mireles (2020).

Viana (2023), por otro lado, subraya que el término "plan" descende de la Teoría clásica de la administración de H. Fayol, ¡desde 1916! Fayol recalcó la previsión como esencial para ver el futuro y prepararse.

Entonces, consideró al programa de acción una herramienta, la más efectiva para encarar esta labor, detallando la hoja de ruta, sus fases y los recursos necesarios.

Torres (2014), relata que, en la segunda mitad del siglo XX, la definición de Fayol sufrió cambios, cortesía de otros expertos; ellos cambiaron el término "previsión" por "planeación" y "programa de acción" por "ejecución del plan", ¿verdad?

Hoy día, la planeación se ve como una herramienta crucial y obligatoria, para garantizar el éxito de cualquier organización, lo afirma Valle, en 2020.

Además, el concepto de mejora continua, tal como mencionan Carro y González (2020), apareció a comienzos de los 90, con el primer libro de Massaki Imai, este usó "kaizen", que significa "cambio para mejorar" o "mejora continua" viene de los ideogramas japoneses "kai" (cambio) y "zen" (mejorar).

En resumen, el plan de mejora, funciona como una herramienta destinada a afrontar las exigencias de la institución; se identifican, mediante un diagnóstico según Acosta, en 2019.

Características del plan de mejora

Según Medina 2024, el plan de mejora comercial se muestra como una estrategia de tipo sistemático y muy estructurado, empleado por la empresa con el fin de señalar los ámbitos que demandan progreso y transformación para elevar la eficiencia y su competitividad.

Diagnóstico de situación:

- El contexto actual de la empresa es un análisis completo
- Determinar debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas (análisis FODA)

Objetivos limpios y medidos:

- Crear objetivos específicos, logrados y cuantitativos
- Ajustar los objetivos con la visión y la misión de la empresa

Estrategia y acción:

- Se determina el desarrollo de estrategias de colisión específicas con áreas mejoradas.
- Se debe realizar actividades específicas para implementar una serie de estrategias.

Objetivos de recursos:

- Identificar el propósito de los principales recursos, incluidos los aspectos financieros, de personas y tecnológicos.

- Preparar el presupuesto para hacer mejoras propuestas
- Cronograma: Defina el Figura con una fecha específica para realizar cada acción según lo planeado.

Monitoreo regular y evaluación de programación para garantizar el cumplimiento de la fecha límite establecida.

El seguimiento constante y la revisión de los programas son claves para asegurar que se alcancen los objetivos planificados en el tiempo adecuado. En este sentido, es crucial reconocer las estrategias más empleadas en la administración de empresas, ya que facilitan la organización, la medición y la mejora continua de los procesos (Ruiz, 2023).

Más adelante, en la Tabla 3, se muestran las principales áreas de la gestión junto con sus definiciones, destacando la relevancia de cada una en la elaboración de un plan de mejora efectivo y sostenible.

Tabla 3

Tácticas de gestión empresarial más comunes

Áreas de la gestión	Definición
Misión	• Definición clara de deberes y funciones para cada actividad y estrategia. • Nombrar a los líderes y grupos responsables del desempeño y la supervisión. • Determinar los principales indicadores de rendimiento para
Medición y evaluación	- calcular el proceso y el éxito de las operaciones •Evaluar el rendimiento y adaptación continua si es necesario
Comunicar	•Implementar estrategias de comunicación interna para notificar a todos los empleados sobre los cambios y las mejoras.

	•Promover la participación positiva y la participación de todos los niveles organizacionales en el proceso de mejora
Capacitación y desarrollo:	•Iniciativas relacionadas con la capacitación y el desarrollo para mejorar las habilidades de los empleados. Enfatizar la mejora continua y el desarrollo de la organización como polos básicos
Innovación y adaptabilidad	•Fomentar la cultura de la orientación de la innovación y la dinámica del mercado. •La capacidad de ajustar a las nuevas estrategias • Considerar la práctica sostenible y la responsabilidad social
Desarrollo sostenible	• Evaluación del impacto ambiental y mejora de las propuestas sociales • Realizar un ciclo de retroalimentación fijo para revisar y mejorar
Evaluación y mejora continuas	continuamente el plan. •Experimentar la reparación y la capacitación basada en los resultados obtenidos

Nota: Estas características aseguran que el plan de mejora comercial sea un objetivo integral, eficiente y disperso de una empresa estratégica.

Mejoramiento continuo

En los últimos años, no pocos empresarios fijaron su mirada en objetivos inmediatos, que, a la postre, los ha frenado a la hora de aspirar a cimas superiores de calidad y ganancia. No obstante, firmas punteras como las niponas, brillan por sus exigentes estándares de calidad, ya sea en sus bienes o con su personal, gracias a un enfoque profundo en el control de la calidad (Moreno, 2020).

Por el contrario, el progreso continuo en procesos y productos, es indiscutiblemente, el secreto del triunfo. En esa búsqueda por un mejoramiento perpetuo, la calidad se alza como un factor crucial para satisfacer las demandas de la clientela.

Así que, a través de los años, las compañías intentan con ahínco maneras de garantizar la calidad evitando fallas en productos, porque esos errores traen graves pérdidas, dañando tanto la cartera como la imagen con sus compradores (Cano, 2020).

Según el pensador Agudo (2023), la mejora permanente permite descubrir espacios para ser más eficaces, empleando técnicas claves como rediseño, reingeniería de procesos, además un método de administración que usa una planificación acorde a nuestras metas. Se requiere además un monitoreo continuo y verificar el cumplimiento de lo establecido, así como hacer análisis periódicos para ajustes oportunos.

En la actualidad, las organizaciones actúan en un escenario en constante cambio, obligadas a mejorar la calidad y reducir gastos. Es así, la superación constante es básica para prosperar en este contexto.

La aplicación de esto, en el manejo de la prevención de riesgos laborales, así como en cualquier otro ámbito de las empresas, permite lograr un nivel superior de excelencia general, garantizando que ninguna sección se quede atrás, en lo que respecta a la calidad Gómez, 2022.

Gestión por procesos

Este método ayuda a las empresas a mejorar la eficiencia y ajustarse más eficazmente a los requisitos de sus clientes porque considera cada tarea como un componente de un proceso conectado que transforma las entradas en productos o servicios (Alarcón & Alarcón, 2023). La gestión de procesos es esencial para el éxito empresarial por numerosas razones.

- Primero, mejora la eficiencia al identificar y eliminar cuellos de botella, lo que optimiza las operaciones y reduce tanto los tiempos de entrega como los costos.
- Además, a través de la gestión por procesos, se logra un aumento en la calidad.

- La estandarización y el control de calidad aseguran que los productos y servicios ofrecidos sean consistentes.

Para el autor Vaca (2021), la gestión del proceso se distingue por su flexibilidad y adaptabilidad. Las empresas pueden usar estas propiedades para:

- Pérdida de decisión
- Mejorar la calidad del producto
- Optimización de la gestión e implementación de recursos
- Aumentar la satisfacción del cliente

Según Tigre (2019), existen algunas características básicas del modelo de gestión de procesos efectivo:

- Diferentes campos de la organización
- Centrarse en lograr y evitar
- Estructura simple que describe las salidas de entrada y procesamiento
- Proporcionar características dinámicas utilizando un proceso de cambio
- Comprender el uso de procesos de mejora repetidos y continuos

Inteligencia Artificial

La IA, o inteligencia artificial, es un campo interesante dentro de la computación que se enfoca en crear programas que pueden llevar a cabo actividades que generalmente necesitan la inteligencia de las personas, como el aprendizaje y el razonamiento. Estos programas pueden observar su entorno, analizar la información, manejar datos y hacer elecciones para lograr un objetivo determinado.

Una de las maneras más frecuentes de relacionarnos con la inteligencia artificial es mediante chatbots, que son programas de chat que nos permiten dialogar. La introducción pública de ChatGPT por OpenAI en noviembre de 2022 ha facilitado el acceso a modelos de inteligencia artificial como GPT, que se traduce como Generative Pre-trained Transformer. Esta tecnología

para procesar el lenguaje natural ha experimentado un crecimiento notable en su popularidad. Gracias a su interfaz bastante fácil de usar, comunicarse con la IA de OpenAI resulta tan simple como escribir un mensaje en un chat y guardar una respuesta.

Estas plataformas funcionan como herramientas simples para interactuar con modelos de inteligencia artificial. Los modelos de lenguaje grande, conocidos como LLM, son solo un tipo de inteligencia artificial, dedicados a la creación de texto. Con el aumento del uso de estas plataformas, el progreso en el desarrollo de nuevos modelos que se centran en otras tareas, como la creación de imágenes, vídeos y sonidos, ha tenido un impulso considerable.

Tipos de Inteligencia artificial

Según Granados (2022), hay dos tipos:

Dinero pobre o estrecho: también conocido como inteligencia artificial especializada, centrada en el rendimiento de tareas específicas bajo los límites que están claramente definidos, como el sistema de identificación de seguridad y el sistema de conducción autónoma en el vehículo.

Fuerte o común: la poderosa inteligencia artificial que intenta regenerar la inteligencia humana en todos los aspectos. A diferencia de la mala inteligencia artificial, limitada por tareas específicas, que pueden razonar, investigar y resolver problemas similares a todos. Aunque no se ha logrado por completo, algunos investigadores están haciendo esto para desarrollar sistemas verdaderamente intelectuales.

Los campos de la aplicación de inteligencia artificial son:

Finanzas: en el campo financiero, la inteligencia artificial se utiliza para analizar una gran cantidad de datos y orientación del mercado de pronóstico. Esto incluye la evaluación del riesgo de crédito, la optimización de la cartera y la detección de fraude.

Servicio al cliente: el chat y el asistente virtual están controlados por el servicio al cliente de inteligencia artificial. Estos sistemas pueden responder preguntas regulares, administrar

quejas en tiempo real y proporcionar soporte técnico que mejorará el sentimiento del usuario (Díaz, 2023).

Desafíos y consideraciones éticas

La inteligencia artificial presenta retos importantes, ¿Verdad? Tales como la seguridad de datos, proteger las redes, y qué onda con el impacto en el empleo. Esencialmente, implementar reglas éticas y legales se vuelve crucial, eso sí, para que su desarrollo y uso sean responsables, efectivos y beneficiosos para la sociedad (Salazar, 2023).

1.3. Marco conceptual

Calidad de servicio

La calidad del servicio, es básicamente la diferencia entre lo que los clientes anhelan y lo que realmente viven cuando se les presta un servicio (Acosta, 2019).

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es, una apreciación individual que compara las previas expectativas, con el resultado que sienten, al consumir un producto o servicio. Implica, tanto una reacción emocional, como racional, frente a la vivencia (Alarcón, 2023).

Fidelización

La fidelización está ligada a la capacidad de una empresa para construir relaciones estables con sus clientes (Alarcón, 2023).

Gestión administrativa

La gestión administrativa involucra la planificación, la organización, la dirección y la supervisión, de los recursos de una organización. Su mayor objetivo es alcanzar una alta eficiencia y eficacia, en la consecución de metas (Bracho, 2023).

Eficiencia

La eficiencia, busca conseguir los resultados deseados, utilizando la mínima cantidad de recursos que sea posible. Implica, optimizar los procesos y asegurar que los esfuerzos den el máximo beneficio (Calderón & Castillo, 2024)..

1.4. Proceso de investigación

1.4.1. Enfoque de investigación

Para el estudio, emplearon una metodología mixta; integrando instrumental tanto cuantitativo y cualitativo para el análisis.

En cuanto a la vertiente cuantitativa, se recolectaron datos, medibles que identificaron los niveles de satisfacción del cliente y las fallas principales en la atención. De otra manera, la perspectiva cualitativa profundizó en percepciones y vivencias de usuarios y personal cooperativo; entendiendo el por qué y el resultado de las complicaciones.

Según Ortega (2025), esta investigación mixta entrelaza lo cuantificable y lo cualitativo. Un método excelente para una comprensión más completa del problema, mejor que ir por separado, vaya.

1.4.2. Tipo de investigación

El enfoque deductivo permitió establecer ideas generales acerca de la atención al cliente y la calidad del servicio, y luego aplicarlas a la realidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro.

Según el autor Jurado (2022) el método deductivo es una forma de investigar que se basa en un tipo de pensamiento que comienza con ideas más generales y lógicas, fundamentadas en leyes o principios, y avanza hacia hechos específicos. En otras palabras, es un enfoque lógico que nos permite llegar a conclusiones a partir de una serie de principios establecidos.

Por otro lado, el enfoque inductivo se aplicó al analizar la información obtenida de encuestas y entrevistas realizadas a clientes y colaboradores lo que permitió identificar patrones, problemáticas y necesidades específicas.

A esto Arias (2020) menciona que, el razonamiento inductivo se basa en hacer múltiples observaciones, lo que permite crear un conjunto de inferencias que nos ayuden a construir una visión más amplia, un cuerpo de conocimientos organizados que tienen un significado.

En definitiva, la combinación de ambos enfoques facilitó un análisis integral y la formulación de un plan de mejora coherente con la realidad de la entidad.

1.4.3. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental y transversal.

Se clasifica como no experimental porque no se realizaron cambios intencionales en las variables, sino que estos observaron y analizaron en su contexto natural. Según Vega (2022) un diseño no experimental, se caracteriza por abordar situaciones que ya existentes sin manipular deliberadamente de las variables.

Es transversal debido a que la información fue recogida en único momento y periodo específico, lo que permitió obtener un diagnóstico de la situación actual y, a partir de esto, elaborar la propuesta de mejora. Para Vega & Maguiña (2021), el aspecto fundamental que define un estudio transversal es la evaluación de un momento concreto y específico en el tiempo, una diferencia de los estudios longitudinales que implican un seguimiento a lo largo del tiempo.

1.4.4. Población y muestra

La población está relacionada con un grupo de personas o factores completos con características probadas (Westre Rich, 2019). Según esta definición se procede a establecer la población a ser objeto de estudio de la base de datos FIT-COOP Cooperativa Ambato.

Tabla 4

Población de estudio

Población	Cantidad
Jefe de Agencia	1
Personal Operativo	12
Clientes	1520
Total	1533

Nota: Población objetivo de estudio

Muestra:

Dentro del estudio se utilizará la siguiente muestra:

- Jefe de Agencia 1 persona
- Se trabajará con el total del personal operativo es decir las 12 personas

Con referencia a la población de los clientes al ser una población grande se aplicará el siguiente proceso de muestreo aleatorio simple:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N-1)e^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

n (minúscula) = tamaño de la muestra

N (minúscula) = tamaño de la población (1520)

Z = nivel de confianza (corresponde al valor crítico de la distribución normal estándar que se utiliza para calcular el intervalo de confianza). (1,96)

p = proporción estimada de la población con una característica específica (si no se conoce, se puede asumir 0.5 para maximizar la muestra) (0.5)

q = proporción estimada de que la población no tiene una característica específica (1-p)(0.5)

E = margen de error permitido (0.07)

Cálculo de muestra

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N-1)e^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)1520}{(1520 - 1)0,07^2 + 1.96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 307$$

Luego de aplicar el muestreo se terminó que a muestra corresponde a 307 individuos.

Conforme el cálculo realizado la muestra de estudio se encuentra planteada de la siguiente manera:

Tabla 5

Muestra de estudio

Población	Cantidad
Jefe de Agencia	1
Personal Operativo	12
Clientes	1520
Total	1533

Nota: Población objetivo de estudio

1.4.5. Métodos, técnicas e instrumentos

Método: Son los sistemas comunes que se utilizarán para recopilar y analizar datos. Este trabajo utilizará métodos cualitativos y cuantitativos que incluirán la evaluación del directorio para construir bases teóricas, así como una investigación de campo dentro del alcance de la recopilación de datos experimentales sobre el uso de la inteligencia artificial mental en las cooperativas (Westre Rich, 2019).

Técnicas: Encuesta y entrevista fueron empleadas. La encuesta, administrada a empleados seleccionados, usó preguntas abiertas, permitiendo una exploración profunda de su experiencia y entendimiento, ofreciendo una visión holística, mientras la entrevista se dirigió al jefe de agencia.

Instrumentos: Dos herramientas fueron esenciales para recolectar datos. Primero, se aplicó un cuestionario estructurado de 10 preguntas cerradas, con problemáticas puntuales para reunir data cuantitativa sobre percepciones de empleados ante la IA en la cooperativa. Adicionalmente, una guía de entrevista, con diez preguntas abiertas, se usó con el gerente de agencia, brindando información profunda. **(Ver anexo 1)**

Por otro lado, se realizó una entrevista para los empleados de cada departamento de la cooperativa. **(Ver anexo 2)**, así como también la aplicación de un cuestionario a clientes **(Ver anexo 3)**.

1.5. Análisis de Resultados

1.5.1. Entrevista aplicada al jefe de agencia

La información recopilada de la entrevista realizada al jefe de agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda. Ag. Quito Centro se presenta de manera organizada en la siguiente tabla:

Tabla 6

Análisis de las entrevistas aplicadas a los jefes departamentales

Pregunta	Respuesta
1. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta actualmente la agencia en la atención al cliente?	Alta demanda de consultas presenciales y telefónicas genera tiempos de espera prolongados. Además, algunos clientes aún tienen resistencia al uso de herramientas digitales.
2. ¿Qué procesos relacionados con la atención al cliente dentro de la agencia considera que podrían optimizarse mediante el uso de herramientas tecnológicas?	Consultas frecuentes, seguimiento de solicitudes de crédito, actualización de datos de clientes y recordatorios de pagos.
3. ¿El personal de la agencia ha recibido capacitaciones sobre herramientas digitales para mejorar la atención al cliente?	Se han realizado capacitaciones básicas, pero aún hay áreas de oportunidad para fortalecer el uso de herramientas.
4. ¿Cómo evaluar la eficacia y eficiencia de la atención actual a consultas frecuentes de los clientes?	Moderada. Aunque el equipo responde eficientemente, la cantidad de solicitudes puede generar demoras, especialmente en horarios de alta afluencia.

5. ¿Ha identificado problemas recurrentes en la atención al cliente que podrían ser resueltos con automatización?	Sí, las preguntas repetitivas sobre horarios, requisitos de créditos y estados de cuenta ocupan un tiempo considerable del personal.
6. ¿Qué tipo de consultas o transacciones considera que podrían ser gestionadas eficazmente por un chatbot?	Consultas sobre saldos, requisitos para trámites, estados de solicitudes y recordatorios de pagos.
7. ¿Cómo percibe la receptividad de los clientes hacia la incorporación de soluciones digitales en la atención?	Existe interés en soluciones digitales, pero es necesario un proceso de adaptación, especialmente para clientes que prefieren la atención presencial.
8. ¿Cuáles serían sus principales expectativas al implementar un chatbot en la agencia?	Reducir tiempos de espera, mejorar la eficiencia operativa y liberar al personal de consultas repetitivas para enfocarse en asesorías más especializadas.
9. ¿Qué medidas considera necesarias para garantizar que la implementación de un chatbot no afecte la calidad del servicio personalizado?	Complementar el chatbot con atención humana para casos complejos, asegurar respuestas claras y realizar seguimiento a satisfacción.
10. ¿Qué otros aspectos creen que deben tomarse en cuenta para diseñar un plan de mejora con Inteligencia Artificial en la agencia?	Capacitación del personal, adaptación progresiva del sistema, retroalimentación de clientes y supervisión constante del desempeño del chatbot.

Nota: Información proporcionada al aplicar el cuestionario al jefe de agencia.

Análisis de la entrevista realizada a los jefes departamentales de la COAC Ambato Ltda. Ag. Quito Centro

El cuestionario arroja que la agencia, batalla con la fuerte demanda de consultas, presenciales y telefónicas, conduciendo a tiempos de espera extensos.

Se vio que los procesos que se pueden mejorar, gracias a la tecnología, incluyen la atención de consultas frecuentes, el seguimiento de solicitudes de crédito, y la actualización de datos. Parasuraman, Zeithaml, y Brry (1988) afirmaron, la automatización en servicios financieros, optimiza la experiencia del cliente, reduciendo los tiempos de respuesta y elevando la satisfacción.

En cuanto a la capacitación del personal, a pesar de los esfuerzos, hay chances de mejora. Kotler y Keller (2016) destacan, la transformación digital en las empresas precisa capacitación para garantizar una correcta implementación y aceptación de las nuevas tecnologías.

Sobre la rapidez y la eficacia de la atención actual, se observa, que, aun cuando el equipo responde eficientemente, el volumen de consultas ocasiona demoras. Esto coincide con Lovelock y Wirtz (2016), quienes hacen hincapié en que los tiempos de espera impactan la percepción de la calidad del servicio, y puede influir en la fidelización.

La agencia detectó que las preguntas frecuentes, como horarios, requisitos de crédito y estados de cuenta, consumen la mayor parte del tiempo del equipo. Según Davenport y Ronanki (2018), la IA con chatbots resuelve consultas eficientemente, y así liberan personal, que pueden hacer tareas de mayor valor.

Con respecto a la visión de los clientes sobre soluciones digitales, existe interés pero también una necesidad de adaptación gradual. Esto va con los estudios de Vargas y Lusch (2004), que muestran que la adopción tecnológica en servicios precisa estrategias de cambio y comunicación efectiva para ser aceptada.

Las expectativas sobre el chatbot se basan en reducir tiempos de espera y optimizar operaciones. Conforme a Shankar, Smith y Rangaswamy (2003), la digitalización mejora la eficiencia en la atención al cliente sin dañar la calidad.

Para no afectar el servicio personalizado con el chatbot, se planea complementarlo con atención humana para casos difíciles. Berry, Parasuraman y Zeithaml (2024) lo indican, tecnología necesita funcionar como una ayuda, aunque sin reemplazar toda interacción humana en los servicios financieros.

Por último, el éxito implementando IA en la agencia vendrá de la formación del equipo, ajustando el sistema poco a poco, y escuchando los comentarios que den los clientes. Davenport (2021) destaca, para la IA funcione bien, se requiere un seguimiento constante para acomodar su uso, de acuerdo con lo que requieran los clientes.

1.5.2. Cuestionario aplicado a los empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda. Ag.

Pregunta 1: ¿Ha recibido capacitación para mejorar la atención al cliente?

Tabla 7

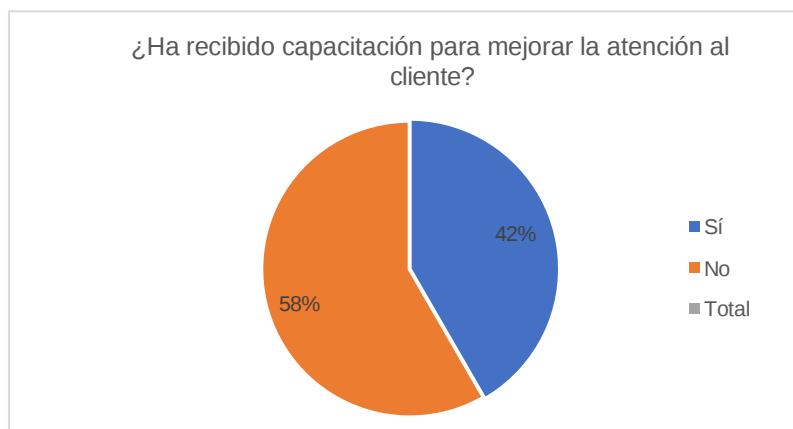
Capacitación para mejorar la atención al cliente

Categorías	Número	Porcentaje
Sí	5	42%
No	7	58%
Total	12	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 1

Capacitación para mejorar la atención al cliente



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: Los hallazgos indican que el 58% de los trabajadores no tuvo formación para mejorar la atención al cliente, mientras que el 42% sí recibió capacitación. Esto sugiere que la mayoría del personal no cuenta con formación específica en esta área, lo que podría afectar la efectividad y el nivel de excelencia de los servicios prestados. La diferencia en estos porcentajes sugiere que la formación del personal podría mejorarse, ya que el servicio al cliente es un factor clave en la percepción y satisfacción del usuario.

Según Zeithaml, Bitner y Gremler (2020), la formación del personal está muy ligada a la capacitación del personal, ya que trabajadores bien preparados pueden brindar una experiencia más eficiente y satisfactoria.

Pregunta 2: ¿Cuánto tiempo, en promedio, tarda en resolver una consulta de un cliente?

Tabla 8

Principales problemas en la atención al cliente

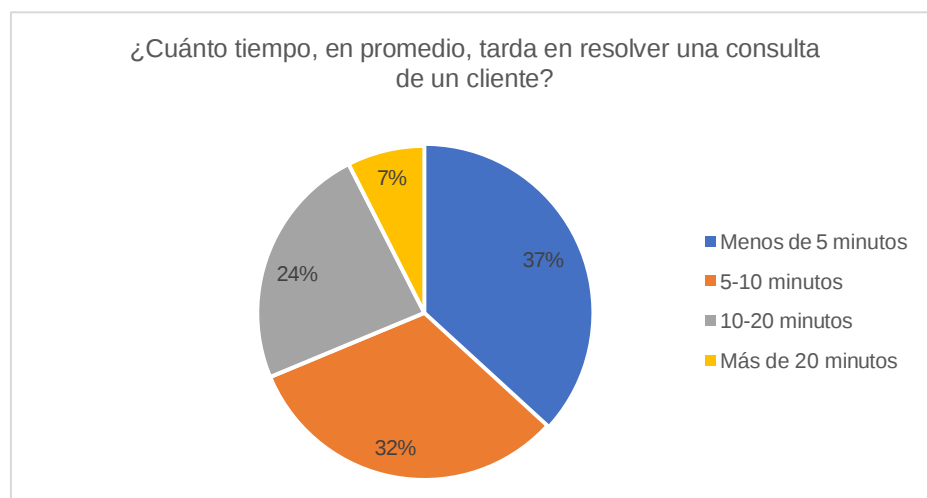
Categorías	Número	Porcentaje
Menos de 5 minutos	4	37%
5-10 minutos	4	32%
10-20 minutos	3	24%

Más de 20 minutos	1	7%
Total	12	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 2

Principales problemas en la atención al cliente



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: Los hallazgos indican que el 37% de las consultas se realizan en menos de 5 minutos, seguido del 32% que demora entre 5 y 10 minutos, mientras que el 24% demora entre 10 y 20 minutos. Sólo el 7% de las consultas duran más de 20 minutos. Estos datos muestran que la mayoría de las solicitudes se resuelven en un tiempo relativamente corto: el 69% de los casos (contando las dos primeras categorías juntas) se resuelven en menos de 10 minutos. Sin embargo, el 31% de las solicitudes tardan más de 10 minutos, lo que podría indicar que hay procesos que deben optimizarse para aumentar la eficiencia del servicio al cliente.

Autores como Zeithaml, Alvarado y Gómez (2022) enfatizan que la velocidad del servicio es un factor clave en la evaluación de la calidad del servicio, puesto que los clientes aprecian tiempos de respuesta rápidos y efectivos.

Pregunta 3: ¿Considera que el uso de inteligencia artificial podría reducir la carga

Tabla 9

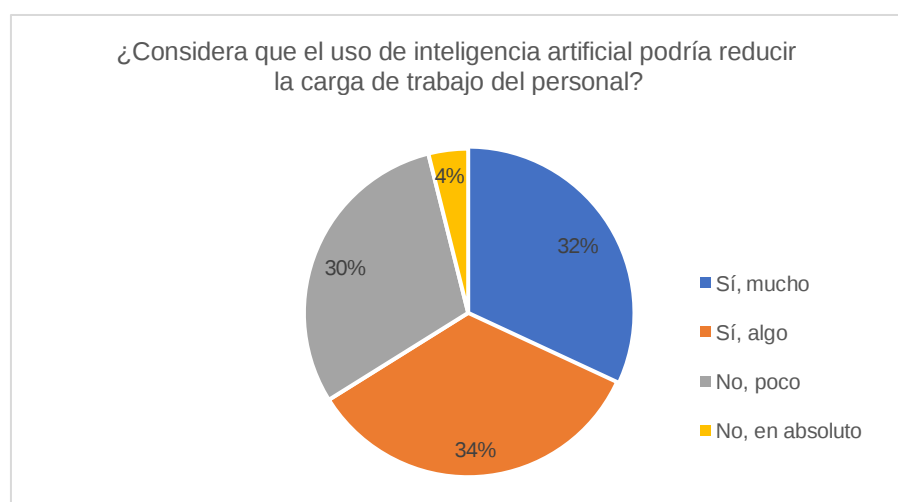
Uso de la inteligencia artificial dentro de la Cooperativa

Categorías	Número	Porcentaje
Sí, mucho	4	32%
Sí, algo	4	34%
No, poco	4	30%
No, en absoluto	0	4%
Total	12	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 3

Uso de la inteligencia artificial dentro de la Cooperativa



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Análisis: Los resultados indican que el 34% de las personas encuestadas piensa que la inteligencia artificial (IA) podría reducir "algo" la carga de trabajo de los empleados, seguido por el 32% que cree que la IA ayudaría "mucho". Por el contrario, el 30% cree que la carga de trabajo se reduciría "un poco", mientras que sólo el 4% cree que la carga de trabajo se reduciría "en absoluto". Esto muestra que la mayoría (66%) considera que la IA puede influir de manera favorable en la optimización del trabajo, aunque hay un grupo significativo (34%) que duda de su eficacia general.

Autores como Enríquez y Suarez (2021) sostienen que la IA tiene el potencial de automatizar labores repetitivas, lo que permite a los trabajadores enfocarse en tareas que aportan más valor.

Pregunta 4: ¿Qué funcionalidades debería tener un chatbot en la COAC Ambato?

Tabla 10

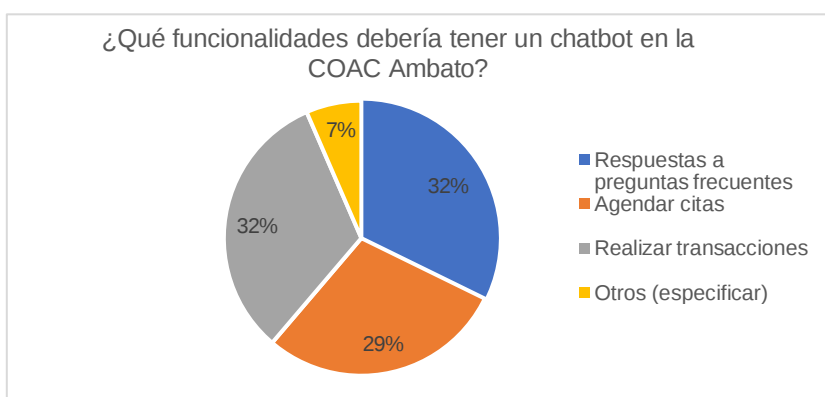
Funciones de un chatbot en la COAC

Categorías	Número	Porcentaje
Respuestas a preguntas frecuentes	4	32%
Agendar citas	3	29%
Realizar transacciones	4	32%
Otros (especificar)	1	7%
Total	12	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 4

Funcionalidades del chatbot



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Análisis: Los hallazgos indican que las características más deseadas para un chatbot en COAC Ambato son la capacidad de responder preguntas frecuentes y realizar transacciones, ambas con un 32% de preferencia. Después de eso, el 29% de los encuestados cree que el

chatbot debería poder concertar citas, mientras que el 7% mencionó otras funcionalidades. Esto refleja que los usuarios buscan una herramienta que no solo proporcione información, sino que también facilite la gestión de trámites y operaciones dentro de la cooperativa.

Según Parasuraman (2020), los chatbots en el sector financiero han evolucionado más allá de la simple automatización de respuestas a asistentes virtuales que agilizan las transacciones y mejoran las experiencias de los usuarios.

Pregunta 5: ¿Qué herramientas utiliza actualmente para la atención al cliente?

Tabla 11

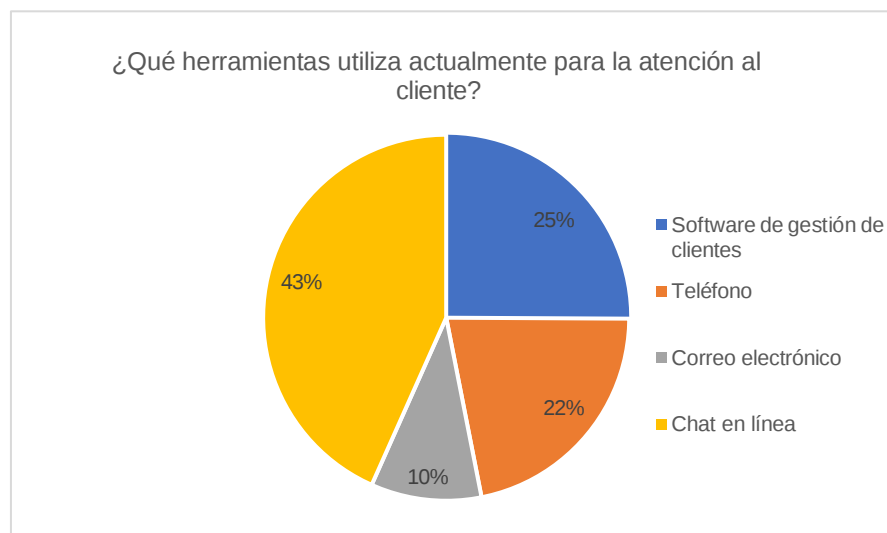
Incorporación de chatbots

Categorías	Número	Porcentaje
Software de gestión de clientes	3	25%
Teléfono	3	22%
Correo electrónico	1	10%
Chat en línea	5	43%
Total	12	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 5

Incorporación de chatbots



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: Los hallazgos indican que el chat en línea es la herramienta más utilizada con un 43%, seguida del software de gestión de clientes con un 25%. El teléfono ocupa el tercer lugar con un 22%, mientras que el correo electrónico es el menos utilizado con sólo un 10%. Esto muestra que la mayoría de los clientes prefieren los canales digitales instantáneos, destacando la importancia de fortalecer aún más las plataformas interactivas para optimizar el servicio al cliente.

Según Zeithaml, Wirtz y Gremler (2020), transformar digitalmente el servicio al cliente es fundamental para optimizar la experiencia del consumidor.

Pregunta 6: ¿Cómo evalúa la satisfacción del cliente en su día a día?

Tabla 12

Evaluación al cliente de la COAC Ambato

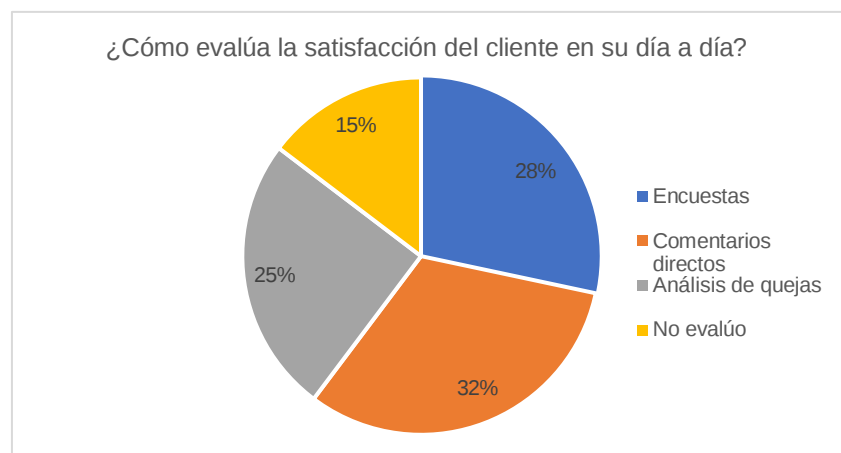
Categorías	Número	Porcentaje
Encuestas	3	28%
Comentarios directos	4	32%
Análisis de quejas	3	25%
No evalúo	2	15%

Total	12	100%
--------------	-----------	-------------

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 6

Evaluación al cliente de la COAC Ambato



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: Los hallazgos indican que la manera principal de evaluar la satisfacción del cliente es a través de comentarios directos, alcanzando un 32%. Esto evidencia que se utilizan enfoques más organizados y la vigilancia de problemas para valorar la satisfacción. No obstante, un 15% de los participantes afirma que no lleva a cabo una valoración de la satisfacción del cliente, lo que abre una puerta para mejorar al implementar estrategias de seguimiento más eficaces.

Según Granados (2019), evaluar cómo se sienten los clientes es clave para elevar la calidad del servicio y crear fidelidad, porque ayuda a encontrar oportunidades de mejora y a fortalecer la conexión con los consumidores.

Pregunta 7: ¿Qué tipo de problemas enfrenta más frecuentemente en la atención al cliente?

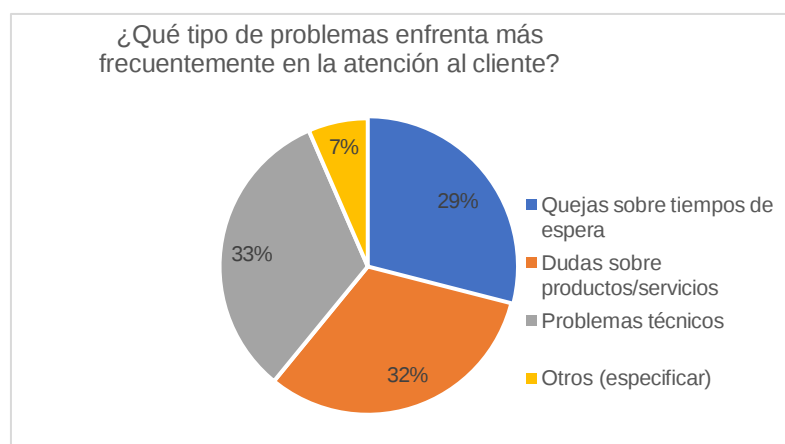
Tabla 13

Problemas frecuentes al atender al cliente

Categorías	Número	Porcentaje
Quejas sobre tiempos de espera	3	29%
Dudas sobre productos/servicios	4	32%
Problemas técnicos	4	33%
Otros (especificar)	1	7%
Total	12	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 7 Problemas frecuentes al atender al cliente



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: Los hallazgos indican que los problemas más comunes relacionados con el servicio al cliente son problemas técnicos (33%), seguidos de preguntas sobre productos o servicios (32%) y quejas sobre tiempos de espera (29%). Sólo el 7% mencionó otro tipo de inconvenientes. Lo que determina que la mayoría de los clientes enfrentan dificultades técnicas y una falta de información clara sobre los servicios.

Según Zeithaml, Bitner y Gremler (2021), la excelencia del servicio al cliente depende en gran medida de la rapidez y claridad con la que se resuelvan las inquietudes.

Pregunta 8: ¿Cree que la implementación de IA podría mejorar su desempeño laboral?

Tabla 14

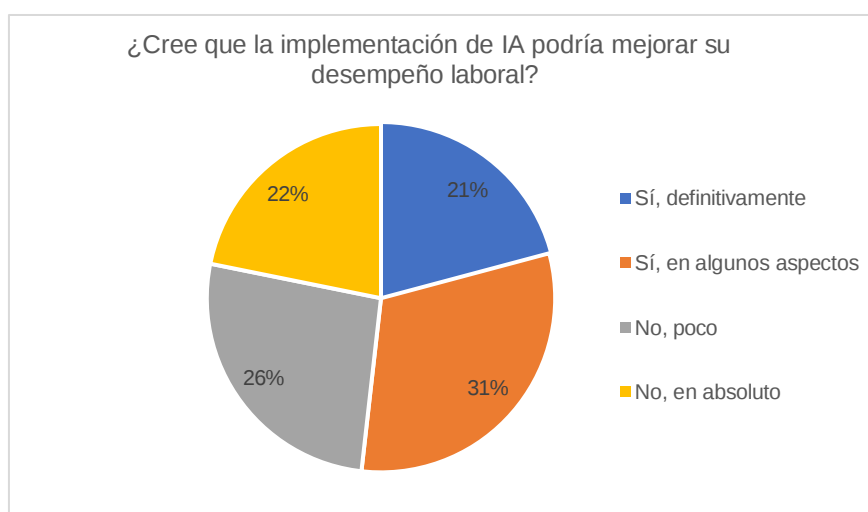
Atención al cliente con la implementación del IA

Categorías	Número	Porcentaje
Sí, definitivamente	3	21%
Sí, en algunos aspectos	4	31%
No, poco	3	26%
No, en absoluto	3	22%
Total	12	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 8

Atención al cliente con la implementación del IA



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: Según los resultados si la adopción de IA podría mejorar el desempeño laboral, el 31% de los encuestados respondió “sí, hasta cierto punto”, siendo esta la respuesta más común. Le sigue un 26% que cree que la IA mejoraría un poco su rendimiento y un 22% que no cree que tendría ningún impacto. Finalmente, el 21% cree que el uso de la IA definitivamente podría mejorar su desempeño laboral.

Según las observaciones de Brynjolfsson y McAfee (2023), quienes sostienen que la IA puede transformar el trabajo, pero su eficacia depende de cómo se implementa en todas las industrias y tareas.

Pregunta 9: ¿Qué cambios le gustaría ver en los procesos de atención al cliente?

Tabla 15

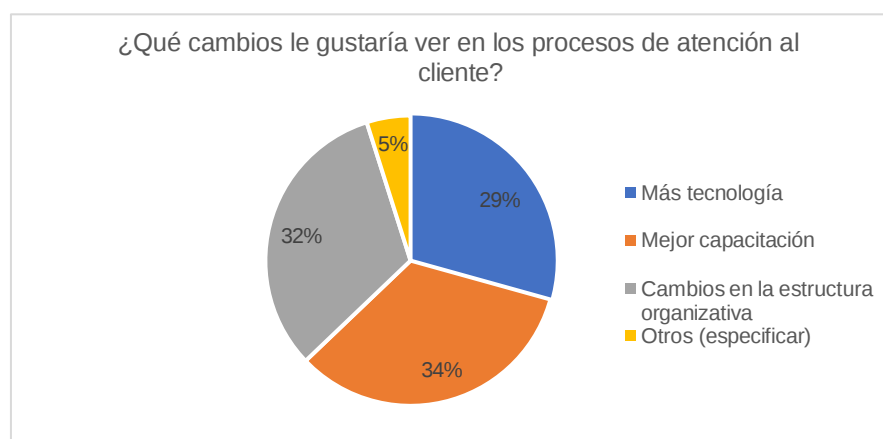
Cientes que interactúan con chatbot

Categorías	Número	Porcentaje
Más tecnología	4	29%
Mejor capacitación	4	34%
Cambios en la estructura organizativa	4	32%
Otros (especificar)	1	5%
Total	12	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Figura 9

Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Análisis: Cuando se les preguntó qué cambios les gustaría ver en los procesos de servicio al cliente, el 34% de los encuestados dijo que una mejor capacitación de los empleados

era la mejor opción. Le siguió un 32% que pensaba que la estructura organizativa debería cambiar, mientras que un 29% optó por más tecnología. Finalmente, el 5% eligió la opción “Otro”.

Zeithaml et al. (2021), indican que quienes sostienen que la capacitación constante es fundamental para elevar la satisfacción del cliente, respecto a la propuesta de modificaciones en la estructura de la organización.

Pregunta 10: ¿Cómo se siente respecto al uso de tecnología en su trabajo diario?

Tabla 16

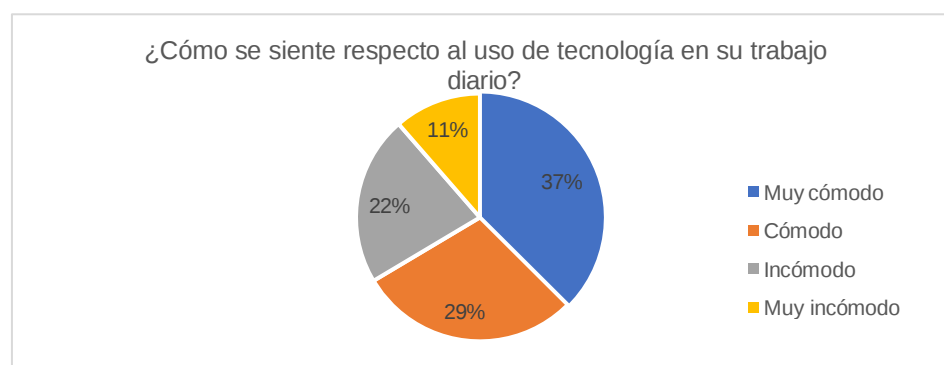
Nivel de satisfacción con los procesos actuales de atención al cliente

Categorías	Número	Porcentaje
Muy cómodo	4	37%
Cómodo	3	29%
Incómodo	3	22%
Muy incómodo	1	11%
Total	12	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 10

Nivel de satisfacción con los procesos actuales de atención al cliente



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: Los hallazgos indican que el uso de la tecnología en su trabajo diario, el 37% de los encuestados dice sentirse “muy cómodo” usando la tecnología, que es la respuesta más

común. Le sigue un 29% que se siente “cómodo” y un 22% que se siente “incómodo”. El 11% restante se siente “muy incómodo” con el uso de la tecnología en su trabajo diario.

Según McAfee (2024), afirma que quienes enfatizan que la tecnología puede aumentar la productividad y la eficiencia en el trabajo siempre que los empleados estén bien adaptados a su uso.

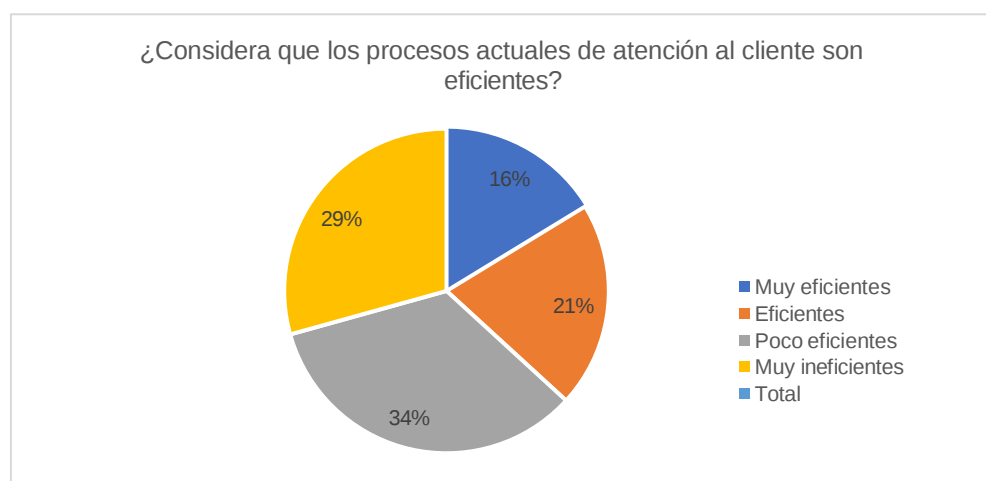
1.5.3. Cuestionario aplicado a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda. Ag.

Pregunta 1: ¿Considera que los procesos actuales de atención al cliente son eficientes?

Tabla 17
Procesos actuales de atención al cliente

Categorías	Número	Porcentaje
Muy eficientes	50	16%
Eficientes	63	21%
Poco eficientes	104	34%
Muy ineficientes	90	29%
Total	307	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 11*Procesos actuales de atención al cliente*

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: Los hallazgos indican que el 34% de los encuestados considera que los procesos son “poco eficientes”, seguido de un 29% que los considera “muy ineficientes”. El 21 % de los encuestados los considera “eficientes” y el 16% los considera “muy eficientes”.

La eficacia de los procesos de atención al usuario es vista de manera negativa por el 63% de las personas consultadas, incluyendo a aquellos que piensan que los procedimientos son poco eficaces y muy ineficaces. Esta perspectiva coincide con los resultados de Pilay et al. (2021), quienes subrayan que la percepción de eficiencia en la atención al cliente está profundamente ligada a la rapidez, exactitud y calidad del servicio.

Pregunta 2: ¿Cuáles son los principales problemas en la atención al cliente?

Tabla 18*Problemas que existe en atención al cliente*

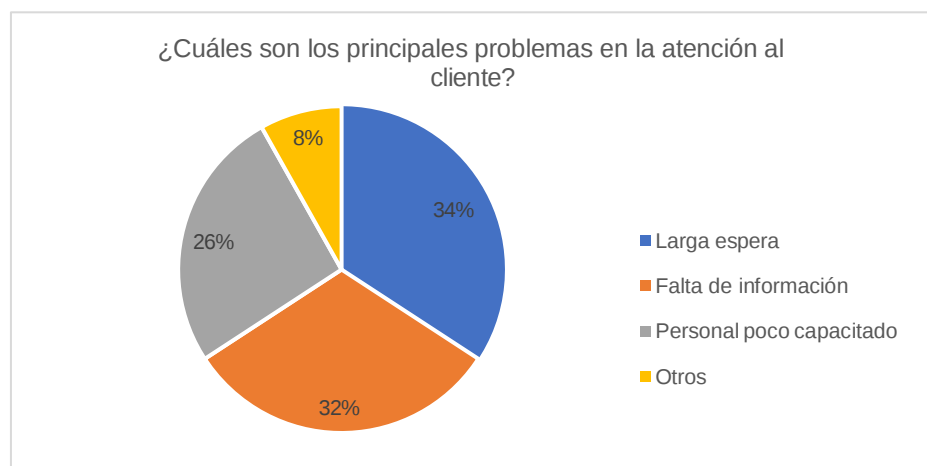
Categorías	Número	Porcentaje
Larga espera	105	34%
Falta de información	97	32%
Personal poco capacitado	80	26%

Otros	25	8%
Total	307	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 12

Problemas que existe en atención al cliente



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: Los hallazgos sobre el servicio al cliente indican que el 34% de los participantes considera que los “tiempos de espera prolongados” son la principal desventaja y se sienten descontentos por ello. Un 32% mencionó la “falta de información”, revelando una carencia de claridad en los datos disponibles para los clientes. Además, el 26% se refirió a “personal insuficientemente capacitado”, lo que generó preocupaciones sobre la calidad de los servicios. Finalmente, el 8% mencionó “otros” problemas no especificados, lo que sugiere que existen otros factores que influyen en la calidad del servicio.

Según Estrada et al. (2020), las opiniones acerca de la calidad del servicio al cliente están muy vinculadas con factores como la velocidad, la precisión y la información proporcionada durante la interacción.

Pregunta 3: ¿Cree que la incorporación de chatbots mejoraría la atención al cliente?

Tabla 19

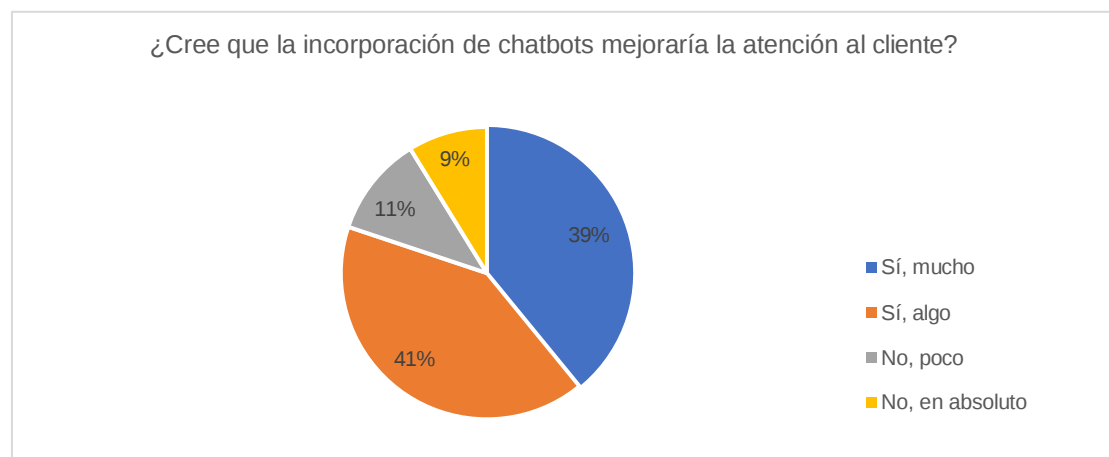
Problemas que existe en atención al cliente

Categorías	Número	Porcentaje
Sí, mucho	120	39%
Sí, algo	126	41%
No, poco	34	11%
No, en absoluto	27	9%
Total	307	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 13

Problemas que existe en atención al cliente



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: Los resultados muestran una actitud predominantemente positiva hacia su uso. El 41% de los encuestados cree que los chatbots mejorarían “algo” el servicio al cliente, mientras que el 39% cree que la mejora sería “mucho”. Por otro lado, un 11% cree que los chatbots mejorarían “un poco” el servicio al cliente y un 9% cree que no lo mejorarían en absoluto. Esto

determina que hay un porcentaje significativo que es más cauteloso y señala que, si bien la tecnología podría ser útil, no se considera una solución final o universal.

Según estudios de Castelo (2022), los chatbots son herramientas que, cuando se implementan correctamente, pueden mejorar la eficiencia y accesibilidad del servicio al cliente.

Pregunta 4: ¿Qué aspectos de la atención al cliente mejorarían con la implementación de un chatbot?

Tabla 20

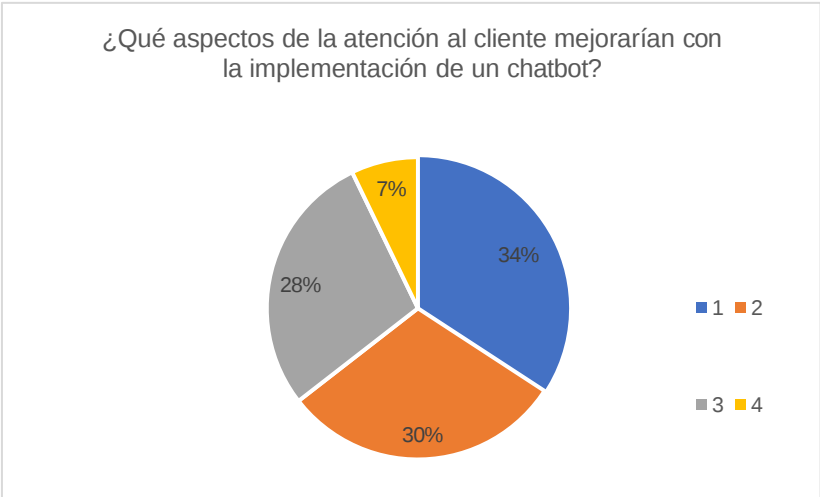
Aspectos que mejoraran la atención al cliente

Categorías	Número	Porcentaje
Rapidez en las respuestas	105	34%
Disponibilidad 24/7	93	30%
Reducción de errores	87	28%
Otros	22	7%
Total	307	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Figura 14

Aspectos que mejoraran la atención al cliente



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio

Análisis: El 34 % de los encuestados cree que las "respuestas rápidas" serían el principal beneficio de integrar un chatbot, seguido por el 30 por ciento que valora la "disponibilidad 24 horas al día, 7 días a la semana". El 28 % citó la "reducción de errores" como un área de mejora, mientras que el 7 % citó "otros" aspectos no mencionados en la encuesta. Estos resultados muestran que se perciben como una herramienta que puede optimizar el servicio en términos de eficiencia, disponibilidad y precisión.

Según Boscán (2021), aunque los chatbots pueden ser efectivos para tareas simples, aún tienen dificultades para manejar consultas complejas que requieren empatía o juicio humano.

Pregunta 5: ¿Considera que los clientes aceptarían interactuar con un chatbot?

Tabla 21

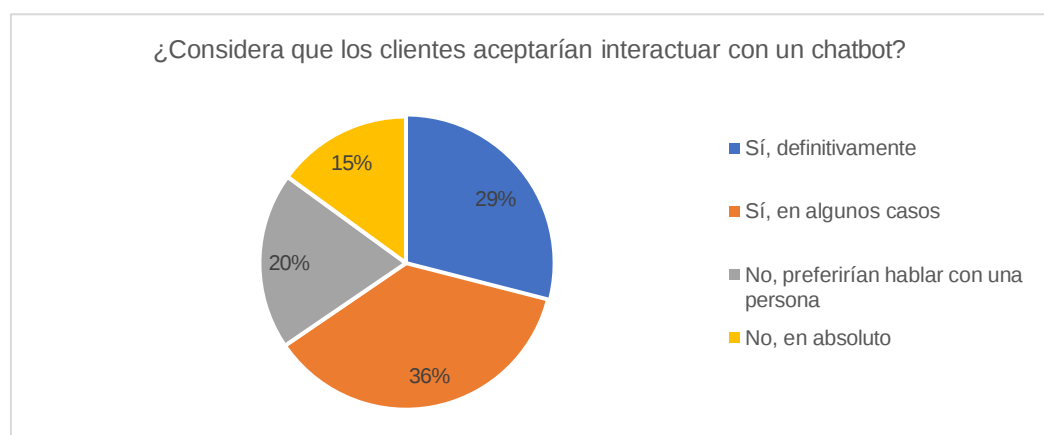
Posibilidad de que los clientes interactúen con chatbot

Categorías	Número	Porcentaje
Sí, definitivamente	89	29%
Sí, en algunos casos	112	36%
No, preferirían hablar con una persona	60	20%
No, en absoluto	46	15%
Total	307	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Figura 15

Posibilidad de que los clientes interactúen con chatbot



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Análisis: Los hallazgos indican que el 36% de los encuestados manifestó que aceptaría en ciertas situaciones, siendo esta la alternativa más frecuente. Le sigue el 29% que dice que definitivamente aceptaría interactuar con un chatbot. Por otro lado, un 20% prefiere hablar con un humano y un 15% rechaza por completo interactuar con un chatbot. Estos resultados reflejan una tendencia creciente hacia la adopción de la tecnología de chatbot, pero también muestran que todavía existen barreras y preferencias para la interacción humana. Autores como Ciguencia et al. (2015) señalan que la aceptación de los chatbots puede depender del contexto y complejidad de la tarea a realizar.

Pregunta 6: ¿Qué nivel de satisfacción tiene con los procesos actuales de atención al cliente?

Tabla 22

Nivel de satisfacción en los procesos de atención al cliente

Categorías	Número	Porcentaje
Muy satisfecho	30	10%
Satisfecho	65	21%

Insatisfecho	123	40%
Muy insatisfecho	89	29%
Total	307	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Figura 16

Nivel de satisfacción en los procesos de atención al cliente



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Análisis: los resultados muestran que una gran parte de los participantes no está completamente satisfecha. El 40% de los encuestados se consideran insatisfechos, seguido por un 29% que está muy insatisfecho. Por otro lado, solo el 21% de los encuestados se considera satisfecho, y solo el 10% se siente muy satisfecho con el servicio recibido. Estos datos indican una clara insatisfacción generalizada con los procesos actuales de atención al cliente.

Estudios como los de Herrera et al. (2022) subrayan que la excelencia en la atención al cliente es un aspecto vital para el contenido general, y que un servicio al cliente deficiente puede resultar en opiniones desfavorables sobre la compañía.

Pregunta 7: ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de la cooperativa?

Tabla 23

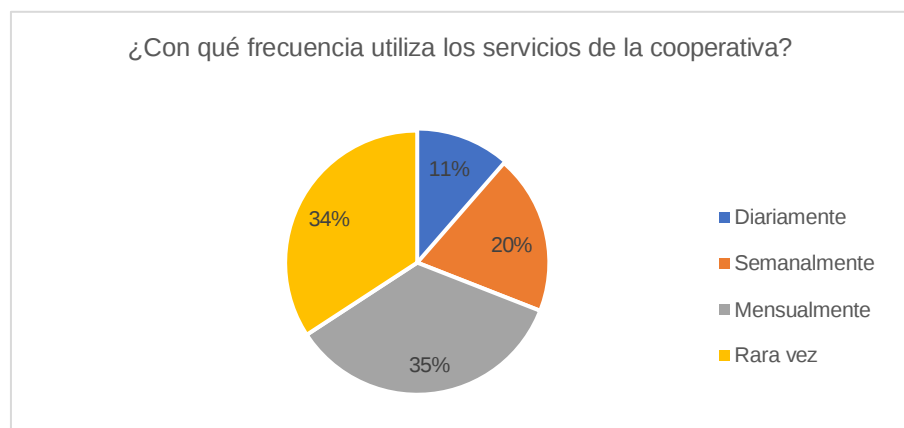
Frecuencia de la utilización de los servicios en la cooperativa

Categorías	Número	Porcentaje
Diariamente	35	11%
Semanalmente	60	20%
Mensualmente	107	35%
Rara vez	105	34%
Total	307	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Figura 17

Frecuencia de la utilización de los servicios en la cooperativa



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Análisis: Los hallazgos en relación a la frecuencia con la que se utilizan los servicios cooperativos revelan que la gran parte de los participantes no hace uso de estos servicios de manera habitual. El treinta y cinco por ciento de quienes respondieron a la encuesta utiliza los servicios mensualmente, mientras que el 34% rara vez los utiliza. En menor medida, el 20% de los participantes utiliza los servicios semanalmente y sólo el 11% diariamente.

Según Montenegro (2020), la frecuencia de uso de un servicio puede depender de la relevancia del servicio para los usuarios, así como de la satisfacción general con el servicio ofrecido.

Pregunta 8: ¿Qué canales de atención prefiere (teléfono, chat, presencial, etc.)?

Tabla 24

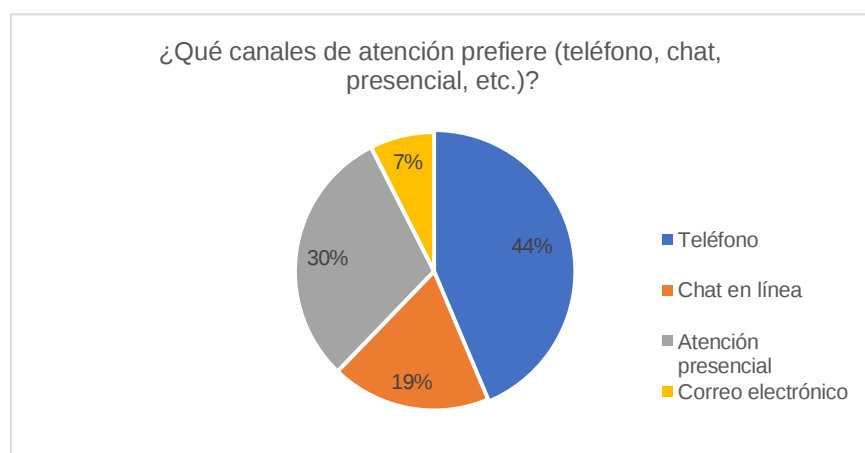
Canales de atención de la cooperativa

Categorías	Número	Porcentaje
Teléfono	134	44%
Chat en línea	57	19%
Atención presencial	93	30%
Correo electrónico	23	7%
Total	307	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Figura 18

Canales de atención de la cooperativa



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Análisis: Los hallazgos indican que el 44% de los encuestados prefiere el teléfono como canal de atención al cliente, seguido de un 30% que elige la atención personal. El 19% prefiere

el chat en línea, mientras que el 7% utiliza el correo electrónico. Esto indica que la gran parte de los usuarios eligen medios de comunicación más directos y personales, resaltando la importancia de la interacción inmediata y humana en el servicio al cliente. La baja preferencia por el correo electrónico muestra que los usuarios desean respuestas rápidas y eficientes y no largos tiempos de espera.

Según Sánchez (2020), la preferencia por canales sincrónicos como el teléfono y el servicio personal está relacionada con la necesidad de los clientes de obtener respuestas inmediatas y soluciones efectivas, por otro lado, enfatiza que la interacción humana en el servicio es la clave para generar confianza y satisfacción del usuario.

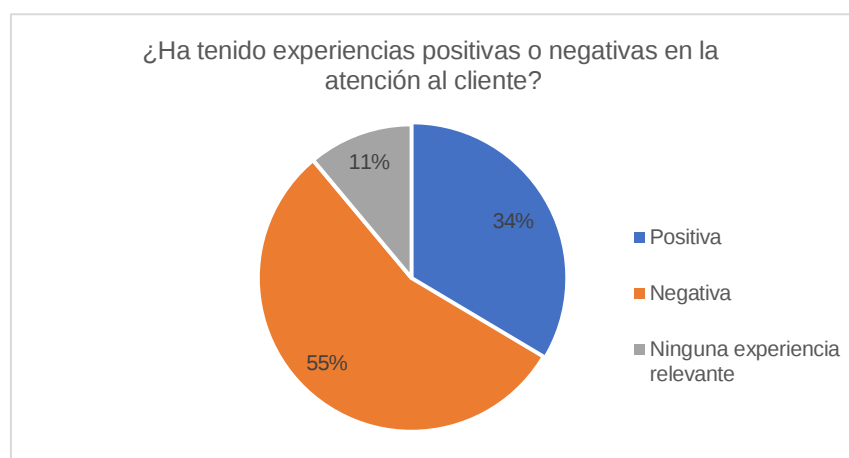
Pregunta 9: ¿Ha tenido experiencias positivas o negativas en la atención al cliente?

Tabla 25

Experiencias positivas y negativas en atención al cliente

Categorías	Número	Porcentaje
Positiva	103	34%
Negativa	170	55%
Ninguna experiencia relevante	34	11%
Total	307	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Figura 19*Experiencias positivas y negativas en atención al cliente*

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Análisis: El análisis de los resultados de la pregunta sobre la experiencia de servicio al cliente muestra que el 55% de los encuestados tuvo experiencias negativas, por el contrario, el 34% de los participantes informaron haber tenido experiencias positivas. Finalmente, el 11% de los encuestados afirmó no tener experiencia relevante en este ámbito. Estos datos muestran que las experiencias negativas superan claramente a las positivas, lo que podría influir en la percepción general de la calidad del servicio al cliente.

Los hallazgos muestran una inclinación alarmante en la atención al cliente, dado que la mayor parte de los participantes en la encuesta compartieron vivencias desfavorables. Según Andrade (2021), la calidad del servicio depende de cómo lo percibe el cliente y la comparación entre sus expectativas y la experiencia real. Si la experiencia es negativa, genera insatisfacción, lo que puede afectar la lealtad y la imagen de la cooperativa.

Pregunta 10: ¿Qué sugerencias daría para mejorar la atención al cliente en la cooperativa?

Tabla 26

Experiencias positivas y negativas en atención al cliente

Categorías	Número	Porcentaje
Más capacitación para el personal	90	29%
Implementar tecnología avanzada	101	33%
Mejorar los tiempos de respuesta	87	28%
Otros	29	9%
Total	307	100%

Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Figura 20

Experiencias positivas y negativas en atención al cliente



Nota: Información obtenida a través del cuestionario aplicado a la población de estudio.

Análisis: Los resultados sobre sugerencias para optimizar la atención al cliente en la cooperativa muestra que la introducción de tecnologías modernas fue la sugerencia más común, con un 33%. A esto le siguió el 29% de los encuestados que sugirió que el personal debería recibir más capacitación. Por otro lado, el 28% de los encuestados sugirió mejorar los tiempos

de respuesta. Finalmente, el 9% hizo otras sugerencias. Estos resultados sugieren que la modernización tecnológica y la capacitación continua del personal son considerados los factores más importantes para la mejora.

Medina (2022), menciona la relevancia de la tecnología en la mejorar del servicio al cliente al permitir respuestas rápidas y personalizadas, destacan que una mejor capacitación del personal influye de manera positiva en la satisfacción del cliente, ya que empleados mejor preparados son más hábiles en resolver inconvenientes.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1. Fundamentos teóricos aplicados

La elaboración de un proyecto de desarrollo para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, sede Quito, que incluye la inteligencia artificial a través de chatbots, se basa en la necesidad de enfrentar los retos de la transformación digital en el ámbito financiero. Este cambio ha sido motivado por el aumento de la demanda de servicios rápidos, personalizados y accesibles, lo que lleva a las organizaciones a adoptar tecnologías innovadoras para mejorar su competitividad (Taípe & Morales, 2025).

En este contexto los chatbots impulsados por IA se erigen como una solución potente, mejorando notablemente la experiencia del cliente. Ofreciendo atención constante, automatizando tareas rutinarias, y brindando respuestas instantáneas, permitieron que bancos y cooperativas optimicen sus costos, agilizando sus operaciones (Bueno & Fernández 2025). En Ecuador, el empleo de estas herramientas es creciente entre diversas entidades, demostrando su utilidad dentro del sector cooperativo (Tigasi & Bautista, 2025).

Estudios recientes revelan que el uso de inteligencia artificial en servicios financieros, ha escalado a niveles asombrosos. En 2022, un 83 % de los bancos europeos ya usaban IA, y se prevé que casi todas las entidades financieras la incorporen para 2025 (García M. 2025). Esta tendencia global destaca la urgencia para que las cooperativas no se rezaguen en su proceso digital.

Desde una perspectiva estratégica, la implementación de chatbots, debería armonizarse con los objetivos de la cooperativa.

No se trata simplemente de incorporar una nueva herramienta tecnológica, es algo más profundo, que realmente asegura que esta innovación beneficie directamente al socio y mejore la calidad del servicio.

Según Medina de 2025, la adopción de la inteligencia artificial en la banca necesita enfocarse en un modelo que fomente la transparencia y la buena gobernanza, garantizando que la confianza del cliente permanezca firme en cada interacción virtual.

El análisis FODA es una pieza fundamental para estructurar este plan. Permite revelar las fortalezas, digamos una infraestructura tecnológica sólida, y las debilidades, incluyendo, la resistencia al cambio entre algunos empleados. Además, facilita identificar oportunidades, como el crecimiento del interés de los usuarios en los servicios financieros digitales, y amenazas, como la competencia de plataformas fintech Vargas T. de 2023.

Investigaciones frescas demuestran que, aunque la digitalización progresa en el sector cooperativo, todavía existen diferencias significativas en comparación con la banca tradicional. En Latinoamérica, solamente un 20 % de las cooperativas han incorporado herramientas avanzadas como sistemas de scoring crediticio automatizados, mientras el resto, bueno, siguen con procedimientos más tradicionales, Ponce & Arteaga, de 2025.

Por otro lado, las instituciones audaces digitalizándose han logrado reducir su mora en un asombroso 15 %! Esto demuestra el impacto favorable de la tecnología en la solidez financiera (Vélez, 2021).

Para comprender la integración de los chatbots, es crucial estudiar las ideas sobre la adopción tecnológica, por ejemplo, el Modelo TAM. Este modelo sugiere que la percepción de utilidad y la facilidad de empleo son determinantes cruciales en la aceptación de nuevas tecnologías (Paucar, 2022). De esta manera, si los miembros perciben al chatbot como una ayuda en sus gestiones y dudas, es altamente probable que su aceptación crezca.

Además, la gestión del cambio representa un factor teórico importante. Estudios recientes revelan que alrededor del 70 % de los proyectos de transformación digital no prosperan debido a inconvenientes vinculados con la cultura institucional y la aversión al cambio (Capuz, 2023). Para menguar este peligro, el plan de progreso ha de incluir capacitación y soporte tanto para el

personal de la cooperativa como para sus socios, fomentando la confianza en los chatbots, ahora, como herramientas para la atención al cliente.

Más allá de eso, estudios recientes revelan algo intrigante, los usuarios, con frecuencia, exhiben la "aversión algorítmica" y la "aversión al guardián". Ósea, como una cierta desconfianza a los sistemas automáticos que sustituyen el trato humano. Aún así, esas barreras son reducibles con una comunicación transparente y la posibilidad de charlar con un asesor humano, si la cosa se complica (Torres, 2023).

En el ámbito administrativo, poner en marcha chatbots exige una planificación meticulosa. Implica las fases de diseño, implementación, pruebas, y la siempre útil evaluación. Durante este proceso, la asignación adecuada de recursos, tanto financieros como tecnológicos, es crítica, así como, desarrollar métricas de rendimiento que faciliten la valoración del impacto del chatbot en la atención al cliente (Sánchez, 2024).

En la bibliografía sobre innovación en servicios financieros se subraya la importancia de los sistemas híbridos que combinan inteligencia artificial con la intervención de gente. Estos métodos demostraron mayor eficiencia, asegurando que el cliente no sienta sustitución por la tecnología completa, si no acompañado (Domínguez, 2025).

Así, el plan de mejora del COAC Ambato, pues, debería considerar una forma de atención combinada.

Además, la evaluación constante es clave, incorporar un chatbot no se debería ver como algo terminado, sino como algo siempre en evolución. Estudios recientes proponen el uso de evaluaciones centradas en la experiencia del usuario, la claridad de las respuestas, la eficiencia en la operatividad, y también, el respeto a las normas, como los puntos mas importantes a examinar (Santander, 2024).

Un asunto súper importante con los chatbots es la ética; Según Aguilar (2022), se crean reglas globales para el uso apropiado de la inteligencia artificial, enfatizando valores como la igualdad, la transparencia, la seguridad de datos, el monitoreo por personas y la supervisión

humana. Estos principios son vitales en el sector financiero, donde la gestión de información delicada requiere mucha seguridad y responsabilidad.

Además, integrar la IA en el sector cooperativo tiene que seguir las leyes de Ecuador y las normas internacionales de protección de datos. La seguridad que se siente en las transacciones digitales impacta mucho en la confianza de los socios, por lo tanto. Cualquier avance tecnológico debería asegurar la protección y confidencialidad de la información (Barrios, 2019).

Estudios dicen que incluir chatbots mejora el servicio al cliente, además de ser una herramienta para la inclusión financiera. En lugares donde no hay oficinas físicas, los chatbots pueden ofrecer servicios a más personas y apoyar a socios lejanos, y así ayudan a distribuir el crédito equitativamente (Armas, 2020).

Un beneficio grande de los chatbots es que recogen datos en tiempo real, esto le da a la cooperativa la chance de entender mejor a sus socios, hallar patrones en su uso financiero y anticipar necesidades del futuro.

Así pues, los chatbots funcionan como canal de atención útil, y una fuente vital para decisiones estratégicas según Domínguez 2025.

De hecho, las entidades financieras que incorporan chatbots notan mayor satisfacción clientelar, además, tiempos de espera reducidos y procedimientos internos mas eficaces. Esto evidenciando, los chatbots no solo son una herramienta de apoyo, sino también recursos estratégicos que impulsan la competitividad institucional, lo cual es indicado por Gutiérrez en el año 2022.

El sistema financiero ecuatoriano necesita modernizarse, debido a un entorno muy competitivo. El auge de las fintechs y la digitalización de la banca fuerzan a las cooperativas a reinventarse en la atención. Por ende, el uso de chatbots con IA, es una táctica crucial de adaptación y supervivencia, en un mercado muy dinámico, como lo dice García M. en 2025.

Finalmente, las bases teóricas, ¡esas mismas!, respaldan la creación de este plan de mejora, planteando que la adopción de chatbots con IA no es un fin. Sino un camino, uno para afianzar la relación cooperativa-socios. Integrando tecnología, con una gestión estratégica de la buena, usando el análisis FODA, teorías de adopción, más gestión del cambio, ética, evaluación, se crea un modelo completo, garantizando su sostenibilidad, la importancia de la propuesta.

Por último, la teoría expuesta revela que implantar chatbots con inteligencia artificial en la COAC Ambato, especialmente en la agencia quiteña, no solo es factible, sino fundamental, se precisa ofrecer un servicio al cliente veloz, eficaz, y armonizado con las tendencias mundiales de digitalización financiera.

2.2. Descripción de la propuesta

Para optimizar procesos operativos y elevar la calidad del servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, sucursal Quito, se sugiere integrar inteligencia artificial vía chatbots. Esta idea procura renovar la gestión de consultas y trámites, acelerar la respuesta a los socios y, así, mejorar la eficiencia operativa al automatizar interacciones comunes.

El primer análisis considera examinar el estado actual de la cooperativa, hallando sus fuertes como experiencia y la confianza, pero, también debilidades en disponibilidad, atención personalizada y tiempos de respuesta. A la vez, se evalúan oportunidades digitales en el sector financiero, y amenazas por la competencia. Este estudio definirá las zonas cruciales donde los chatbots harán un gran cambio.

Los objetivos del plan se definen con claridad, poniendo primero optimizar la experiencia del usuario mediante respuestas rápidas y personalizadas, también optimizar el tiempo del personal en tareas operativas y aminorar la carga administrativa. Para lograr esto, usaremos herramientas de inteligencia artificial. Estas herramientas estarán diseñadas para la gestión de la atención al cliente, tomando en cuenta la compatibilidad con los sistemas que ya tiene la cooperativa. La integración incluirá el uso de chatbots en los canales digitales de la cooperativa, así, como su sitio web y las plataformas de mensajería. Esto

asegurará que los socios puedan acceder a información y resolver consultas a cualquier hora del día.

Además, se crearán programas de formación para el personal, ¡una garantía! de una transición suave a estas nuevas herramientas tecnológicas. Se evaluará la fase y se supervisará las métricas más importantes, para ver si los chatbots son eficaces, esto asegurar su eficiencia en la atención al cliente y ayudar a la optimización de los procesos internos. Finalmente, estableceremos un plan de comunicación para contar a los socios sobre esta novedad, fomentando su uso, y mejorando como perciben el servicio.

2.3. Estructura general

Este plan de mejora establece un enfoque estructurado para la adopción de esta tecnología, asegurando su conformidad con las metas estratégicas de la cooperativa y asegurando un cambio fluido para los empleados y los clientes.

Tabla 27

Estructura del plan de mejora incorporando Inteligencia Artificial con chatbots en la COAC Ambato, agencia Quito.

Etapas	Desarrollo
Introducción	Descripción del COAC Ambato, la agencia Quito y su contexto. Necesidad de implementar chatbots mediante la inteligencia artificial con ello se optimice los procesos y mejorar la atención al cliente.
Diagnóstico	Análisis FODA Evaluación de la infraestructura tecnológica existente y el nivel de capacitación del personal en relación con el uso de inteligencia artificial. Identificación de áreas clave

Objetivos del plan	Definición de objetivos alineados a la optimización de procesos y fortalecer la atención al cliente Establecimiento de metas y el funcionamiento de los chatbots.
Estrategias de implementación	Herramientas de inteligencia artificial y chatbots adecuadas a las necesidades de la COAC.
Capacitación y desarrollo del personal	Diseño de programas de formación
Evaluación y monitoreo	Seguimiento continuo del rendimiento de los chatbots y ajustes para optimizar el desempeño en la atención al cliente y automatización de procesos.
Plan de comunicación	Estrategias de comunicación interna y externa para informar a clientes y colaboradores acerca de la implementación de los chatbots.
Cronograma y presupuesto	Definir un cronograma detallado que establece las fases de implementación y plazos.

Nota: Elaborado por el autor

2.4. Explicación del aporte

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
INTRODUCCIÓN		
La Cooperativa Ambato Ltda. se fundó en enero de 2003 gracias a la iniciativa de un grupo de indígenas de la Comunidad de Chibuleo San Alfonso, que se encuentra a 15 kilómetros al suroeste de Ambato, en la Provincia de Tungurahua. Con la intención de mejorar la situación de la comunidad y del pueblo en general, la familia Chango - Yucailla comenzó a organizarse social y económicamente para abordar las necesidades de las familias, ofreciendo contribuciones mensuales y préstamos a los miembros del grupo. A fines del mismo año 2003 se apertura una oficina en la ciudad de Latacunga. En el año 2008 se adquiere el Edificio Matriz en el centro de Ambato tiempo después se abre la oficina Ambato Sur. Desde los inicios la visión de la Cooperativa Ambato ha sido la de fortalecerse y dar una mayor cobertura con la apertura de oficinas en los cantones Cevallos, Pelileo, también en Pujilí y Saquisilí para brindar un mejor servicio a la provincia de Cotopaxi. En el año 2009 se abre la oficina en Quito Sur. Y otra en la ciudad de Guaranda. En el año 2015, según resolución de la SEPS se resuelve la fusión con absorción a la COAC Mushuk Yayay, la misma que permitió ampliar nuestra cobertura a la provincia del Napo, cantón Tena. También en este año mediante resolución de la SEPS se autoriza la fusión por absorción a la COAC Alli Pushak en la ciudad de Azogues. Para el año 2018 la SEPS autoriza la fusión por absorción a la COAC Cordillera de los Andes en el sector de Quito Centro y con COAC Fénix en Quito Norte.		

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
INTRODUCCIÓN		
En el año 2019 ampliamos nuestra cobertura a la provincia de Chimborazo con la autorización de fusión por absorción con la COAC Frandes permitiéndonos abrir una oficina en Riobamba. En julio de 2021, el Ingeniero Santos Chango regresó a la gestión administrativa para continuar guiando a la Cooperativa Ambato y posicionarla entre las entidades financieras más fuertes del país. A finales de ese año, se inauguró una nueva oficina en Sangolquí, en el año posterior, 2022, se lanzaron dos nuevas sucursales, una en Tumbaco en febrero y otra en Cuenca en julio, con el objetivo de ampliar sus servicios en toda la provincia de Azuay. Para el año 2023 consolidamos aún más nuestra cobertura en la provincia de Chimborazo con la apertura de la nueva Agencia Chambo en el mes de marzo. Para mayo de este mismo año llegamos al cantón Cañar para brindar todos nuestros servicios financieros. Llegando a un total de 19 oficinas operativas y una red de cajeros automáticos a distintas ciudades de la sierra y oriente ecuatoriano. La institución ha incursionado en la innovación tecnológica para brindar mejores beneficios a socios y clientes, dentro de esta transformación digital, se encuentran disponibles herramientas Ambavirtual, la cooperativa en línea en donde nuestros socios pueden efectuar tanto transferencias internas como interbancarias, además de pago de servicios.		

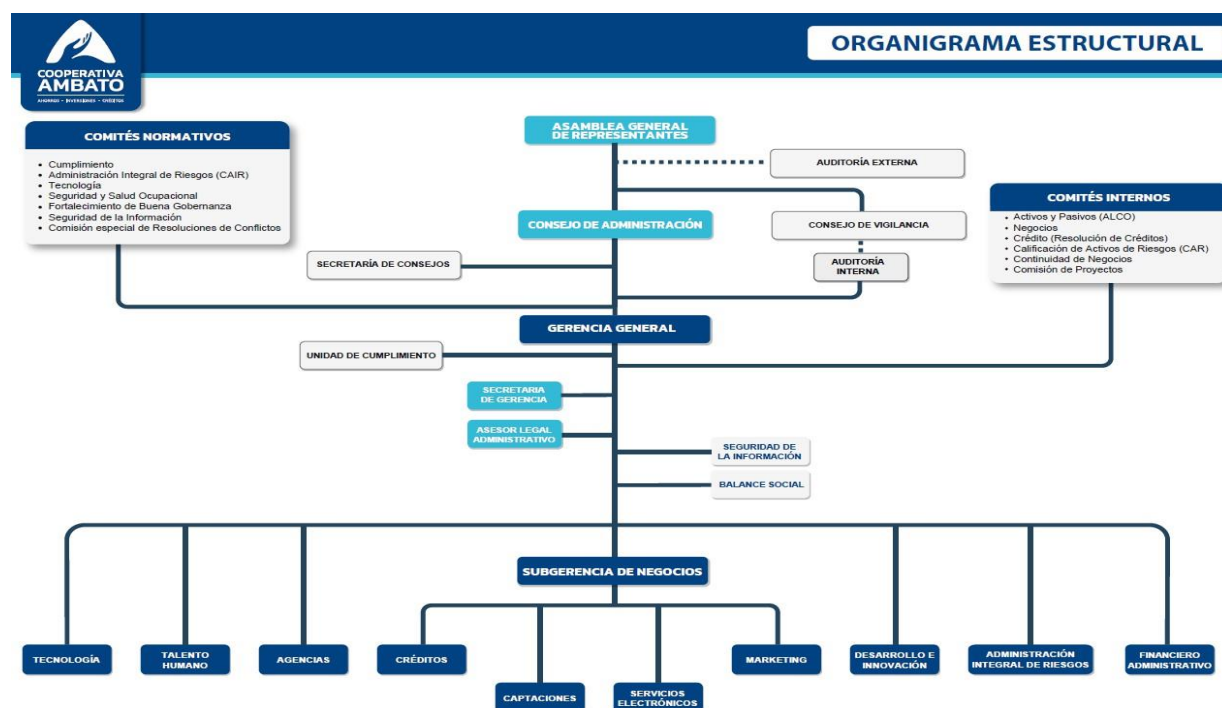
	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AMBATO" LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
Misión		
Somos una cooperativa que desarrolla intermediación de recursos financieros con una amplia red de canales, utilizando tecnología de vanguardia a favor de nuestros socios y clientes, fomentando la Economía Popular y Solidaria.		
Visión		
Cooperativa Ambato al 2028 tiene una calificación de Riesgo AA, con productos digitales inversiones y cobertura a nivel nacional.		
Valores Institucionales		
Transparencia, Responsabilidad Social, Honestidad, Compromiso con los demás, Ayuda Mutua, Trabajo en Equipo, Lealtad.		
Políticas de Calidad		
Facilitar a nuestros socios productos y servicios financieros de calidad, cumpliendo las normas legales y con una responsabilidad de mejora continua.		

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
---	--	---

Estructura Organizacional

Figura 21

Organigrama estructural



Nota: Información obtenida de la COAC Ambato

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
La transformación digital en el ámbito financiero ha creado la urgencia de eficientizar procedimientos y elevar la calidad del servicio al cliente utilizando herramientas tecnológicas novedosas. La Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, en su oficina de Quito, tiene como objetivo aumentar su competitividad a través de la adición de inteligencia artificial, en particular con el uso de chatbots.		
Análisis FODA		
El análisis FODA ayuda a reconocer los elementos internos y externos que pueden afectar la ejecución de mejoras en la cooperativa: Fortalezas: • Sólida reputación y confianza por parte de los socios. • Amplia base de clientes con alta fidelidad. • Personal capacitado en atención financiera y operaciones bancarias. • Cumplimiento de regulaciones y normativas del sector. Debilidades: • Procesos operativos manuales que generan demoras en la atención. • Dependencia de la atención presencial, limitando la accesibilidad a los servicios.		
	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
• Falta de automatización en la gestión de consultas frecuentes y procesos administrativos. • Infraestructura tecnológica con limitaciones para la integración de herramientas digitales.		

Oportunidades:

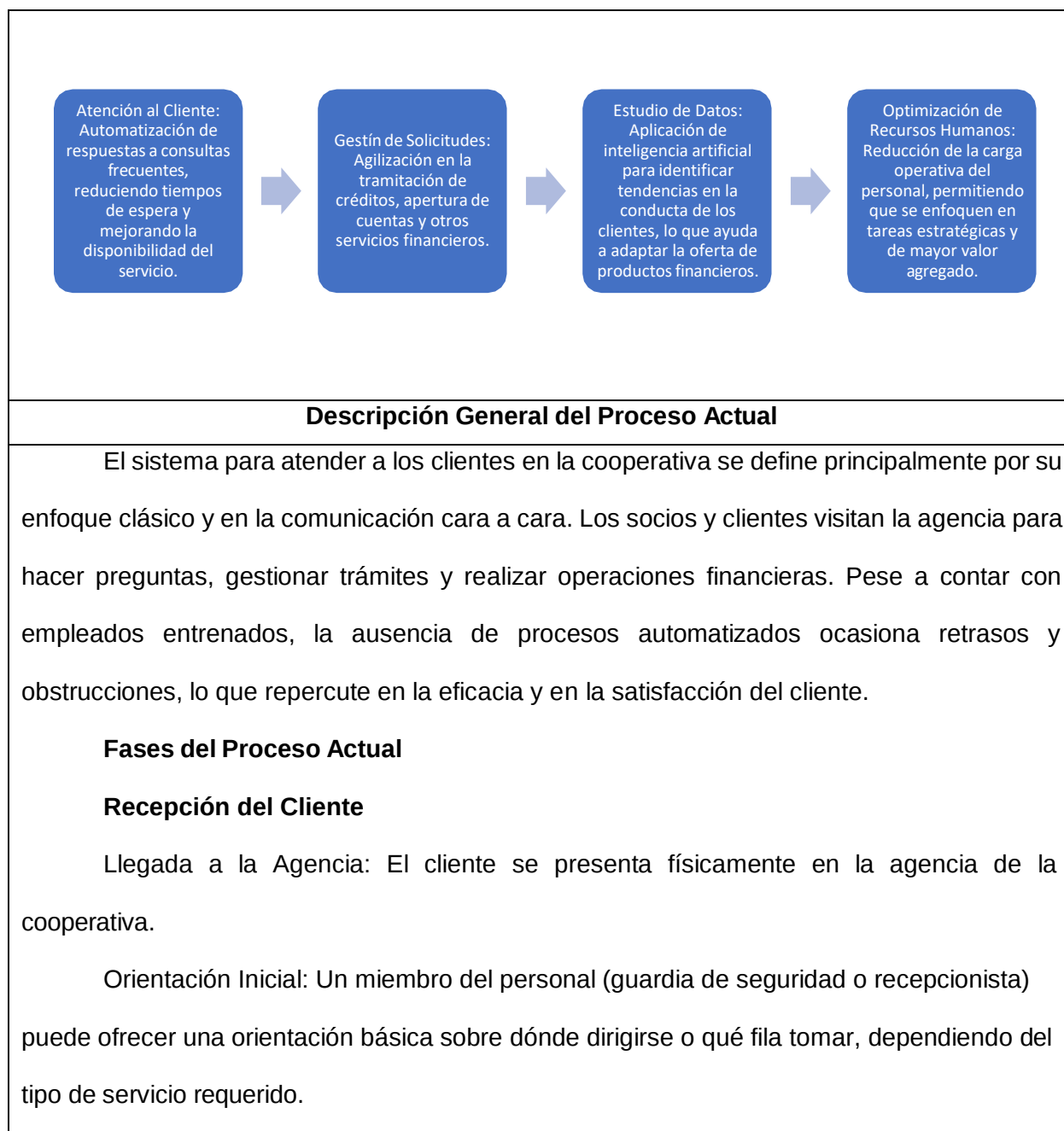
- Creciente demanda de soluciones digitales en el sector financiero.
- Avances en inteligencia artificial que permiten optimizar la atención y automatizar tareas.
- Posibilidad de reducir costos operativos mediante la automatización de procesos.

Disponibilidad de proveedores tecnológicos especializados en el desarrollo de chatbots.

Amenazas:

- Competencia con bancos y fintech que han modernizado sus servicios digitales.
- Amenazas relacionadas con la seguridad de la información y la defensa de los datos de los clientes.
- Oposición al cambio por parte de los empleados y los colaboradores.
- Normativas financieras que pueden afectar la adopción de nuevas tecnologías.
- Capacidades tecnológicas y destrezas del equipo.
- La situación actual de la infraestructura tecnológica y las competencias del equipo son elementos fundamentales para la integración de chatbots.

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AMBATO" LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
Áreas que se Beneficiarán con la Implementación de Chatbots		
La incorporación de inteligencia artificial beneficiará diversas áreas operativas dentro de la cooperativa:		



	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AMBATO" LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
Espera y Asignación de Turno Toma de Turno: El cliente toma un turno manual o a través de un sistema básico de gestión de filas. Tiempo de Espera: Se produce un tiempo de espera variable, que puede ser prolongado, especialmente en horas pico, debido a la alta demanda y la naturaleza manual de los procesos. Interacción con el Personal de Atención Atención Presencial: El cliente es atendido por un asesor o cajero en una ventanilla o cubículo. Identificación y Verificación: Se realiza la identificación del cliente y la verificación de sus datos de forma manual o a través de sistemas internos. Gestión de Consultas y Trámites: El personal procesa las consultas (información de saldos, requisitos de productos, etc.) o trámites (apertura de cuentas, solicitudes de crédito, depósitos, retiros) de manera individualizada. Esto a menudo implica la consulta de múltiples sistemas y la realización de papeleo. Resolución y Cierre Resolución: Una vez completada la consulta o el trámite, el personal proporciona la información o el servicio solicitado. Documentación: Se genera y entrega la documentación pertinente (recibos, contratos, etc.). Salida del Cliente: El cliente finaliza su interacción y se retira de la agencia.		



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
"AMBATO" LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO
Fecha de Elaboración: 06 de junio.
2025

Limitaciones del Proceso Actual

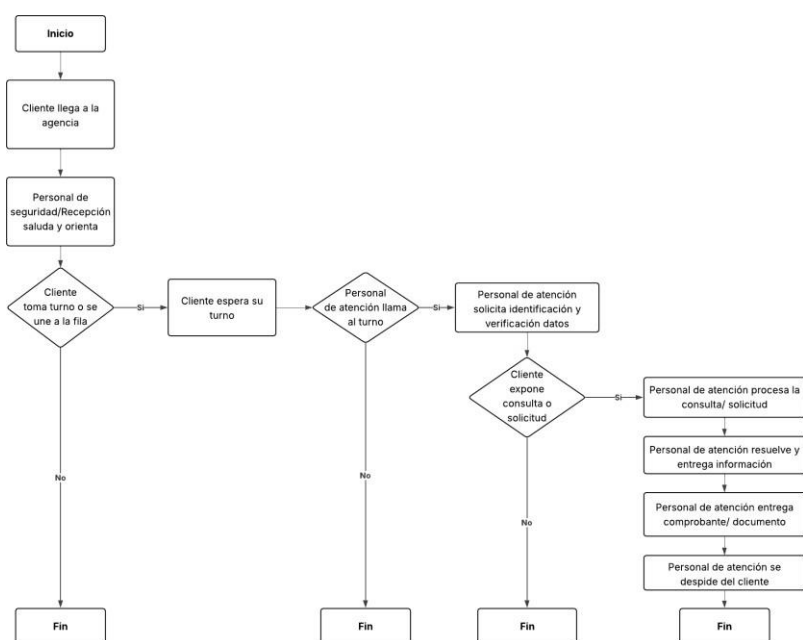
El análisis FODA del diagnóstico inicial, resalta varias debilidades inherentes a este proceso:

Procesos Operativos Manuales: La dependencia de la intervención humana en cada etapa genera demoras y aumenta la probabilidad de errores.

Dependencia de la Atención Presencial: Limita la accesibilidad de los servicios a los horarios de oficina y a la ubicación física de la agencia, excluyendo a clientes que no pueden desplazarse o que requieren atención fuera del horario laboral.

Falta de Automatización en Consultas Frecuentes: Las preguntas repetitivas consumen tiempo valioso del personal, que podría dedicarse a tareas más complejas o estratégicas.

Infraestructura Tecnológica Limitada: La infraestructura actual no facilita la integración de herramientas digitales avanzadas, lo que dificulta la escalabilidad y la modernización de los servicios.



Nota: Información obtenida de la COAC Ambato

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AMBATO" LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
Objetivos del Plan		
Este plan tiene como finalidad establecer una estrategia clara y estructurada para la implementación de chatbots en la COAC Ambato, agencia Quito. Se han definido los siguientes objetivos principales: • Usar chatbots con inteligencia artificial para facilitar la atención al cliente y acortar los tiempos de respuesta. • Mejorar los procesos administrativos a través de la automatización de tareas que se repiten. • Aumentar la calidad de las decisiones utilizando el análisis de datos en tiempo real.		
Metas específicas		
Para garantizar el éxito de la aplicación del plan, se establecen objetivos cuantificables en dos áreas principales: Optimización de procesos. • Reducir en un 20% el tiempo medio de tramitación de solicitudes de crédito en los próximos seis meses. • Automatizar al menos el 50% de las consultas frecuentes a través de chatbots en el mismo periodo. • Digitalizar el 40% de los procedimientos operativos para reducir la dependencia del servicio presencial. Mejora de la toma de decisiones		

- Implantar un sistema de análisis de datos con inteligencia artificial en los próximos tres meses.

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AMBATO" LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
• Aumentar un 15% la precisión en la predicción de las tendencias de los mercados financieros mediante análisis automatizados. • Evaluar la satisfacción del cliente y mejorar la experiencia del usuario mediante encuestas periódicas tras la implantación del chatbot. Reforzar el servicio de atención al cliente • Garantizar una respuesta automatizada en menos de 30 segundos para consultas frecuentes. • Aumentar en un 25% la resolución de consultas sin intervención humana en los primeros seis meses. • Desarrollar un sistema híbrido de atención al cliente que permita la derivación eficiente de consultas complejas a asesores especializados. Formación y adaptación del personal • Realizar al menos tres sesiones de formación para el personal en el uso y supervisión de chatbots. • Diseñar manuales y guías de usuario para garantizar la correcta integración de la tecnología en la operativa diaria. Establecer un canal de feedback interno para identificar oportunidades de mejora en la funcionalidad del chatbot. Formación y adaptación del personal		

- Plan Actual de Atención al Cliente con Inteligencia Artificial – COAC Ambato, Agencia Quito
- Descripción General

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
Metas específicas		
• El COAC Ambato ha comenzado a utilizar Inteligencia Artificial (IA) con la implementación de chatbots y sistemas de análisis de datos. Su finalidad es automatizar consultas comunes, acortar los tiempos de respuesta y enriquecer la experiencia de los socios. • La mezcla de atención con interacciones automáticas y asistencia humana, creando un sistema híbrido que opera tanto en el entorno físico como en el digital. • Canales de Atención con IA		
Chatbot en el sitio web y WhatsApp:		
• Está disponible todo el tiempo para consultas frecuentes sobre productos, saldos, movimientos y solicitudes. • Proporciona respuestas automáticas en menos de 30 segundos. • Dirige las preguntas complejas hacia asesores humanos. • Atención telefónica con apoyo de IA: • Utilice un sistema de reconocimiento de voz para identificar el tipo de consulta. • Redireccione de manera inteligente al departamento correspondiente si requiere atención humana. • Correo electrónico automatizado:		

- Clasifica y prioriza automáticamente solicitudes y quejas.
- Envía notificaciones automáticas que confirman la recepción y el estado de la solicitud.
- Procesos Principales

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
Atención automática para consultas: • El chatbot responde a preguntas comunes y gestiona tareas simples como consultas de saldo, horarios y requisitos de crédito. • Redirige automáticamente a especialistas en casos más complejos. Procesamiento de solicitudes de crédito: • inicialmente valida documentos y requisitos mediante IA. • Disminuye pasos manuales y envía alertas automáticas para el seguimiento. Manejo de quejas y reclamos: • La IA clasifica y prioriza los reclamos según su urgencia y tipo. • Crea informes para el personal sobre problemas recurrentes. Análisis de datos y toma de decisiones: • La IA analiza la información de interacciones en tiempo real. • Facilita la identificación de tendencias, medición de satisfacción y sugerencias de mejoras en los servicios. • Fortalezas del Plan Actual con IA • Se ofrece atención inmediata y disponible las 24 horas en canales digitales. • Los tiempos de respuesta en consultas comunes se han reducido notablemente.		

- Se optimizan tareas repetitivas, lo que permite que el personal se enfoque en consultas más complejas.
- Se realiza una recopilación automática de datos para optimizar procesos y la experiencia del cliente.
- Debilidades y Oportunidades de Mejora

2.5. Estrategias de Implementación

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
Estrategias de Implementación		
La utilización de chatbots y herramientas de inteligencia artificial en una cooperativa puede facilitar tanto la eficiencia operativa como la atención al cliente. Estas tecnologías son capaces de simplificar procesos, brindar respuestas instantáneas a preguntas y mejorar la organización de la información. Para lograr una adopción exitosa, es fundamental elegir soluciones que se adapten a las necesidades concretas de la cooperativa de crédito y que se puedan integrar con facilidad en su sistema tecnológico. A continuación, se describen las estrategias para la selección e implementación de estas herramientas. Estrategia 1: Evaluación de necesidades para la implementación de IA y chatbots Objetivo: Reconocer los procesos internos donde la inteligencia artificial y los chatbots pueden aumentar la eficiencia operativa y la atención al cliente.		

Plan de acción: Hacer un diagnóstico de las áreas importantes en las que la automatización generará un mayor efecto.



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Estrategia 2: Definición de criterios de selección**Tabla 28***Estrategia 2: Definición de criterios de selección*

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Diagnóstico	Determinación de los requisitos tecnológicos y operativos.	Humanos:	1 mes	Departamento de Tecnología
		Tecnológicos: Software de gestión. Financiero:		Gerencia y Finanzas
Implementación	Comparación de costes y beneficios.	Presupuesto asignado.	2 meses	Departamento de Tecnología
Evaluación	Selección de la herramienta óptima según los criterios.	Informes	1 mes	Gerencia
	Revisión y ajustes en caso necesario.	comparativos.		General

Nota. La tabla representa la estrategia para definir criterios en la selección de herramientas de IA y chatbots.



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Estrategia 3: Evaluación de opciones y pruebas piloto**Tabla 29****Estrategia 3: Evaluación de opciones y pruebas piloto**

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Diagnóstico	Investigación de soluciones de IA en el mercado.	Humanos: Equipo de TI y Consultores.	2 meses	Departamento de Tecnología
Implementación	Pruebas piloto con chatbots en atención al cliente. Recogida de opiniones de usuarios y empleados.	Tecnológicos: Software de prueba. Financiero: Presupuesto asignado.	2 meses	Departamento de Tecnología Gerencia y Atención al Cliente
Evaluación	Análisis del rendimiento de las herramientas probadas. Ajustes y selección de la mejor opción.	Informes de desempeño.	1 mes	Gerente General

Nota. La tabla representa la estrategia de evaluación y prueba de herramientas de inteligencia artificial en la cooperativa.

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025		
Estrategia 4: Formación y supervisión				
Tabla 30				
Estrategia 4: Capacitación y monitoreo				
Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Diagnóstico	Identificación de las necesidades de formación.	Humanos: Área de Recursos Humanos.	1 mes	RRHH y Tecnología
	Desarrollo de sesiones de formación.	Tecnológicos: Plataforma de e-learning.	1 mes	RRHH y Tecnología
Implementación	Simulación de interacciones con el chatbot.	Recursos didácticos.	1 mes	RRHH y Tecnología
	Medición del nivel de adopción por parte del personal.	Informes de desempeño.	1 mes	Gerencia General
Evaluación	Ajustes de la formación en función del nivel de uso.			
Nota. La tabla representa la estrategia de capacitación y seguimiento para la implementación de herramientas de IA en la cooperativa.				

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
---	--	---

Estrategia 4: Formación y supervisión

Tabla 31

Estrategia 5: Integración de la IA y Chatbots en los sistemas de la cooperativa

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Diagnóstico	• Revisión de compatibilidad con los sistemas existentes.	Humanos: Equipo de TI.	1 mes	Departamento de Tecnología
	• Identificación de puntos de integración clave.	Tecnológicos: Software de gestión.		
Implementación	• Configuración del chatbot en los canales de atención.	Financiero: Presupuesto asignado.	2 meses	Departamento de Tecnología
	• Pruebas de integración con sistemas financieros y de gestión.			
Evaluación	• Revisión del desempeño y ajustes necesarios.	Informes de funcionamiento.	1 mes	Gerencia General

Nota. La tabla representa la estrategia para la integración de herramientas de IA en los sistemas de la cooperativa.



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Estrategia 6: Automatización de procesos con inteligencia artificial**Tabla 32***Estrategia 6: Automatización de procesos con inteligencia artificial*

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Diagnóstico	Identificación de tareas susceptibles de automatización.	Humanos: Equipo de Tecnológicos: Software de automatización.	1 mes	Departamento de Tecnología
Implementación	Desarrollo e implantación de scripts y flujos automatizados.	Financiero: Presupuesto asignado.	2 meses	Departamento de Tecnología
Evaluación	Medición de la eficiencia y optimización de los flujos de trabajo.	Informes de desempeño.	1 mes	Gerente General

Nota. La tabla representa la estrategia para la automatización de procesos en la cooperativa con inteligencia artificial.



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Estrategia 7: Implantación de un Chatbot para atención al cliente.**Tabla 33****Estrategia 7: Implementación de un Chatbot para la atención al cliente**

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Diagnóstico	Detección de las consultas más comunes de los clientes.	Humanos: Área de Atención al Cliente.	1 mes	Departamento de Atención
Implementación	Desarrollo y personalización del chatbot.	Tecnológicos: Plataforma Financiero: Presupuesto asignado.	2 meses	Departamento de Tecnología
Evaluación	Monitorización de la interacción y ajustes en función del feedback.	Informes de satisfacción.	1 mes	Gerencia General

Nota. La tabla representa la estrategia para la implementación de un chatbot en la cooperativa.



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Estrategia 8: Evaluar el impacto de la IA en la Cooperativa**Tabla 34***Estrategia 8: Evaluación del impacto de la IA en la Cooperativa*

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Diagnóstico	Definir métricas de evaluación del rendimiento.	Humanos: Equipo de Análisis y TI.	1 mes	Departamento de Tecnología
Implementación	Recopilar datos sobre el uso y la eficiencia.	Tecnológicos: Herramientas de análisis.	2 meses	Departamento de Tecnología
Evaluación	Generar informes de impacto y sugerencias de mejora.	Informes de desempeño.	1 mes	Gerencia General

Nota. La tabla representa la estrategia para evaluar el impacto de la IA en la cooperativa.



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Estrategia 9: Seguridad y protección de datos en la aplicación de la IA**Objetivo:** Garantizar la privacidad y la protección de datos en el uso de IA y chatbots.**Plan de Acción:** Implementar medidas de seguridad para mitigar los riesgos en la gestión de datos.**Tabla 35***Estrategia 9: Seguridad y protección de datos en la implementación de IA*

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Diagnóstico	Evaluación de riesgos de seguridad en el tratamiento de datos.	Humanos: Área de Seguridad Informática.	1 mes	Departamento de Tecnología
Implementación	Aplicación de protocolos de encriptación y seguridad.	Tecnológicos: Firewalls y encriptación.	2 meses	Departamento de Tecnología
Evaluación	Formación en seguridad informática para el personal. Auditorías de seguridad y pruebas de vulnerabilidad.	Recursos didácticos. Informes de auditoría.	1 mes	Gerencia General

Nota. La tabla representa la estrategia para garantizar la seguridad y protección de datos en el uso de IA en la cooperativa.



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Estrategia 10: Formación y adaptación del personal a la IA**Objetivo:** Facilitar la transición del personal al uso de la inteligencia artificial en la cooperativa.**Plan de acción:** Formar a los empleados para mejorar la adopción de herramientas digitales y chatbots.**Tabla 36***Estrategia 10: Capacitación y adaptación del personal a la IA*

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Diagnóstico	Identificación de las necesidades de formación.	Humanos: Departamento de RRHH.	1 mes	RRHH y Tecnología
Implementación	Desarrollo de módulos de formación sobre IA y chatbots. Talleres y simulaciones prácticas para el personal.	Recursos didácticos y plataformas LMS. Financiero: Presupuesto asignado.	2 meses	RRHH y Tecnología
Evaluación	Evaluación del nivel de adaptación de los empleados.	Encuestas y pruebas de desempeño.	1 mes	Gerencia General

Nota. La tabla representa la estrategia de capacitación y adaptación del personal a las herramientas de inteligencia artificial.

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AMBATO" LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
Capacitación y Desarrollo del Personal		
La introducción de chatbots y tecnologías de inteligencia artificial en la cooperativa no solo requiere adoptar nuevas herramientas, sino también preparar al personal para gestionarlas de manera adecuada. Capacitar a los empleados les permitirá entender cómo funcionan los chatbots, utilizarlos de manera eficiente y mejorar la experiencia para los socios y clientes. Con este fin, se ha creado un programa de formación que cubre desde conocimientos básicos sobre las herramientas hasta capacitación avanzada en la gestión de interacciones. Este enfoque asegurará que el personal pueda atender consultas eficientemente, mejorar el flujo de trabajo y sacar el máximo provecho de las capacidades de la inteligencia artificial.		



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Objetivo: Diseñar programas de formación para que el personal pueda gestionar satisfactoriamente la interacción con los chatbots y aprovechar su funcionalidad.

Tabla 37

Capacitación y Desarrollo del Personal en IA y Chatbots

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Diagnóstico	Identificación de los conocimientos previos del personal sobre IA y chatbots.	Recursos Humanos: Departamento de RRHH y Tecnología.	1 mes	RRHH y Tecnología
	Encuestas y entrevistas para determinar las necesidades de formación.	Encuestas, entrevistas, formularios digitales.		
	Análisis de los procesos internos que se beneficiarán del uso de chatbots.	Informes operativos, software de gestión.		
Diseño del Programa	Desarrollo de módulos formativos (conceptos básicos, uso y gestión de chatbots).	Recursos didácticos: manuales, guías, vídeos.	1 mes	RRHH y Tecnología
	Definición de estrategias de enseñanza (presencial, virtual, práctica).	Plataformas LMS, aulas de formación.		
	Establecimiento de criterios de evaluación del aprendizaje.	Indicadores de rendimiento y encuestas.		

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025		
Implementación	Formación teórica sobre inteligencia artificial y chatbots.	Materiales de apoyo, instructores.	2 meses	RRHH y Tecnología
	Talleres prácticos con simulaciones de interacción con chatbots.	Software de chatbots, entornos de prueba.		
	Resolución de casos prácticos y dudas frecuentes.	Soporte técnico, documentación.		
	Sesiones de refuerzo y apoyo a la adaptación.	Tutorías individuales y en grupo.		
Evaluación	Medición del nivel de adaptación del personal.	Pruebas de rendimiento, encuestas de satisfacción.	1 mes	Gerencia General
	Análisis de interacciones con chatbots en tiempo real.	Informes de uso de IA y chatbots.		
	Ajustes al programa formativo en función de las necesidades detectadas.	Informes de evaluación, feedback.		
Seguimiento	Evaluaciones periódicas del desempeño del personal en el uso de la IA.	Indicadores de eficacia, informes.	3 meses	RRHH y Tecnología
	Actualización continua de los programas de formación.	Nuevos contenidos educativos, plataformas LMS.		
Nota. La tabla detalla las fases del programa de capacitación en inteligencia artificial y chatbots para el personal de la cooperativa, asegurando una implementación eficiente y un uso óptimo de las herramientas digitales				

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AMBATO" LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
Evaluación y Monitoreo		
La implantación de chatbots en la cooperativa requiere no solo su integración en los procesos operativos, sino también una supervisión continua para garantizar su eficacia y mejorar su rendimiento. La evaluación constante permitirá identificar posibles fallos, optimizar las respuestas y adaptar los chatbots a las necesidades cambiantes de socios y clientes. La supervisión se enfocará en evaluar lo preciso de las respuestas, la velocidad del servicio y cuán satisfechos están los usuarios. Además, se harán cambios de manera regular para aumentar su eficacia y ajustarse a las metas estratégicas de la cooperativa. Meta: Vigilar de manera constante cómo funcionan los chatbots y llevar a cabo mejoras para hacer su rendimiento mejor en la atención al cliente y la automatización de procesos.		



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
“AMBATO” LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO
Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Tabla 38
Evaluación y monitoreo del desempeño de Chatbots

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Monitoreo Inicial	Revisión del funcionamiento de los chatbots en tiempo real.	Panel de control, métricas de uso.	1 mes	Departamento de Tecnología
	Identificación de incidencias y errores de respuesta.	Informes de interacción, comentarios de los clientes.		
	Análisis de la tasa de resolución de consultas.	Informes de eficiencia, encuestas a usuarios.		
Medición del Desempeño	Evaluación del tiempo de respuesta y satisfacción del cliente.	Indicadores de rendimiento, informes de chat.	2 meses	Departamento de Tecnología
Optimización y Ajustes	Comparación con estándares de calidad predefinidos.	Benchmarking interno y externo.	2 meses	Equipo de Desarrollo
	Implementación de mejoras en el algoritmo de respuesta.	Software de actualización de IA.		
	Ajustes en la base de datos para ampliar el conocimiento del chatbot.	Registros de preguntas frecuentes (FAQ).		
		Simulaciones, casos de prueba.		

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025		
Tabla 39				
<i>Evaluación y monitoreo del desempeño de Chatbots</i>				
Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Optimización y Ajustes	Pruebas de usabilidad con diferentes escenarios.	Simulaciones, casos de prueba.	Permanente	Departamento de Tecnología
	Seguimiento periódico del rendimiento del chatbot.	Cuadro de mando de métricas, informes automáticos.		
Seguimiento Continuo	Aplicación de encuestas para medir la satisfacción del cliente.	Formularios digitales, entrevistas.	Trimestral	Atención al Cliente
	Actualizaciones continuas de contenidos y mejoras en la IA.	Recursos de aprendizaje, optimización de datos.	Semestral	Equipo de Desarrollo
Nota. La tabla detalla el proceso de evaluación y monitoreo del desempeño de los chatbots en la cooperativa, asegurando su mejora continua y su adaptación a las necesidades de los clientes				

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AMBATO" LIMITADA	Código: PM-COAC – AMBATO Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025
Plan de Comunicación		
La implementación de chatbots en la cooperativa necesita ir acompañada de un plan de comunicación efectiva tanto dentro como fuera de la organización. Es importante que los empleados y clientes estén bien al tanto de las herramientas que se están introduciendo, los beneficios que aportan y el efecto positivo que tendrán en la mejora del servicio. El enfoque de comunicación se centrará en dos aspectos principales: Comunicación interna: se informará a los empleados sobre la introducción de los chatbots, su función en este proceso y las formas de utilizarlos y gestionarlos adecuadamente. Comunicación externa: se informará a los clientes acerca de la existencia de los chatbots, cómo podrán interactuar con ellos y qué ventajas obtendrán. Una comunicación que sea clara y honesta ayudará a asegurar que esta tecnología sea bien recibida y utilizada, mejorando así la experiencia de todos los involucrados. Planes de comunicación para la introducción de chatbots Propósito: Crear planos de comunicación tanto internos como externos para educar a los empleados y clientes sobre la introducción de chatbots, sus beneficios y el efecto en la calidad del servicio.		



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AMBATO" LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Tabla 40*Estrategias de Comunicación para la Implementación de Chatbots*

Fase	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Comunicación Interna	Anuncio inicial de la implantación de chatbots a los empleados.	Correo electrónico, boletines internos.	1 semana	Departamento de Comunicación
	Talleres informativos para empleados sobre el uso de chatbots.	Presentaciones, material de formación.	2 semanas	RRHH y
	Creación de un canal de comunicación para resolver dudas internas.	Plataforma interna (Intranet, chat interno).	Permanente	Departamento de TIC
	Actualización continua sobre los avances y logros de la implantación.	Informes semanales, reuniones periódicas.	Mensual	Gerencia General
Comunicación Externa	Anuncio de la implantación de chatbots a clientes y socios.	Correos electrónicos, redes sociales, página web.	1 semana	Marketing y Atención al Cliente
	Información sobre las ventajas de los chatbots y cómo utilizarlos.	Infografías, vídeos explicativos.	2 semanas	Marketing

Actividades interactivas en redes sociales para familiarizar a los clientes con el chatbot.	Redes sociales, campañas digitales.	1 mes			
Asistencia al cliente sobre cómo interactuar con los chatbots.	Chat en directo, correos electrónicos de asistencia.	Permanente	Atención al Cliente		
Recogida de opiniones de los clientes sobre la experiencia con el chatbot.	Encuestas, formularios.	Trimestral	Atención al Cliente		
Nota. La tabla define las estrategias de comunicación interna y externa para asegurar que todos los stakeholders estén informados y comprometidos con la implementación de los chatbots en la cooperativa.					



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO” LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Cronograma y presupuesto

La implementación de tecnologías de inteligencia artificial y chatbots es un avance crucial para incrementar la eficacia operativa y la calidad del servicio en la cooperativa. Para mejorar el servicio al cliente y automatizar los procedimientos internos, es vital crear un cronograma minucioso que delimite las etapas de implementación, desde la planificación inicial hasta el seguimiento constante del sistema. Asimismo, es indispensable destinar una cantidad suficiente de fondos para la adquisición de tecnología, la capacitación del personal y el mantenimiento del sistema, asegurando así una implementación correcta y la viabilidad del proyecto en el futuro.

El calendario siguiente especifica los tiempos de ejecución, mientras que el presupuesto indica los recursos necesarios para asegurar el éxito de la implementación. Ambas partes son fundamentales para una gestión óptima del proyecto, facilitando un control efectivo del tiempo y de los gastos involucrados.



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "AMBATO" LIMITADA

Código: PM-COAC – AMBATO

Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Cronograma de Implementación de Chatbots

Objetivo: Establecer un cronograma detallado con las fases de implementación y los plazos de ejecución.

Tabla 41

Cronograma de Implementación de Chatbots

Fase	Actividades	Duración	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización
Planificación	Definir los objetivos y seleccionar las herramientas de IA. Elaborar el plan de implantación y formación.	2 semanas	01/04/2025	14/04/2025
Adquisición de Tecnología	Selección y compra de plataformas de IA y chatbots.	1 mes	15/04/2025	15/05/2025
Integración	Integración de los chatbots en los sistemas internos de la cooperativa.	1 mes	16/05/2025	15/06/2025
Capacitación	Formación del personal en el uso de chatbots.	2 semanas	16/06/2025	30/06/2025
Pruebas y Ajustes	Pruebas funcionales y ajustes basados en la retroalimentación.	1 mes	01/07/2025	31/07/2025
Monitoreo Continuo	Seguimiento y ajustes continuos del sistema de chatbots.	Permanente	01/08/2025	Permanente

Nota. El cronograma cubre las fases desde la planificación hasta el monitoreo, con un enfoque en la capacitación y ajustes continuos.



**COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “AMBATO”
LIMITADA**

Código: PM-COAC – AMBATO
Fecha de Elaboración: 06 de junio. 2025

Presupuesto de Implementación de Chatbots

Objetivo: Asignar el presupuesto necesario para la adquisición de tecnología, capacitación del personal y mantenimiento de los sistemas de inteligencia artificial.

Tabla 42

Presupuesto de Implementación de Chatbots

Categoría	Descripción	Costo Estimado	Fuente de Financiamiento
Adquisición de tecnología	Purchase of software licenses for AI and chatbots.	\$1,800	Fondo de Innovación Tecnológica
Formación del personal	Workshops and continuous training for employees.	\$700	Presupuesto de Capacitación
Mantenimiento de sistemas	Annual maintenance of the technological infrastructure.	\$1,000	Mantenimiento del Sistema
Consultoría y apoyo externo	Consulting for technology integration.	\$500	Consultoría Especializada
Marketing y comunicación	Internal and external communication campaigns on chatbots.	\$378	Marketing Digital
Imprevistos	Fund to cover additional unforeseen expenses.	\$200	Contingencia
TOTAL		\$4,578	

Nota. El presupuesto incluye gastos para tecnología, capacitación, mantenimiento y soporte externo, con un fondo reservado para imprevistos.

2.6. Validación de la Propuesta

Con el fin de asegurar que la implementación de chatbots en la cooperativa sea efectiva y se ajuste a las necesidades particulares de la entidad, se convocó a un conjunto de especialistas en varias áreas relevantes. Estos profesionales analizan diferentes aspectos del proyecto, basándose en su experiencia y su entendimiento en tecnología, eficacia operativa, capacitación y cambio digital. A continuación, se expone la validación llevada a cabo por los expertos, la cual comprende los criterios y ámbitos analizados para asegurar la factibilidad y el éxito de la iniciativa.

Tabla 43

Validación de la propuesta a través del método de criterios de especialistas

Especialista	Años de experiencia	Título Académico	Cargo
Guanoluisa Toapanta Elsa Paola	8	Msg En Administración de Empresas	Analista de Crédito Senior
Pendolema Bolaños Rosa Gisela	6	Msg. En Administración de Empresas	Jefe de Agencia
Coloma Andaluz Eduardo Cristóbal	10	Mgs. En Administración de Empresas	Jefe de Agencia

Tiche Baltazar Inés Cristina	5	Mgs. En Administración de Empresas	Atención al Cliente y Analista de Crédito
-------------------------------------	---	--	--

Nota: Elaboración propia en base a la información presentada por expertos

Los propósitos de la validación se enfocan en estos aspectos:

- Verificar la efectividad del enfoque utilizado durante el estudio.
- Confirmar la autenticidad de las conclusiones, resultados y sugerencias que se han generado.
- Modificar la estrategia de los componentes elaborados en la propuesta, si es necesario, según la opinión de los expertos.
- Analizar la factibilidad del plan de mejora que incorpora la inteligencia artificial como se ha sugerido.

Respecto a los resultados de la validación, se aplicó una escala tipo Likert para evaluar los grados de relevancia y representación, asignando un puntaje de 5 (Totalmente de acuerdo) cuando se cumple el criterio de manera adecuada y un puntaje de 1 (Totalmente en desacuerdo) si el cumplimiento es deficiente.

Tabla 44

Validación de la propuesta a través del método de criterios de especialistas

Población	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Total	Porcentaje
Impacto	5	5	5	4	19	95%
Aplicabilidad	4	5	5	5	19	95%
Conceptualización	5	5	5	4	19	95%

Actualidad	5	5	5	5	20	100%
Calidad	5	4	4	5	18	90%
Técnica						
Factibilidad	5	5	4	5	19	95%
Pertinencia	5	5	5	5	20	100%

Nota: Elaboración propia

2.7. Matriz de articulación

La matriz exhibe la interconexión entre la propuesta y los principios teóricos, metodológicos, tácticos y tecnológicos, todo esto aplicado en la creación de chatbots en la cooperativa. En esta matriz, se ve la relación entre enfoques teóricos y prácticos subyacentes a las estrategias propuestas, las técnicas de desarrollo y también los resultados que se buscan..

Tabla 45

Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
Implementación de Chatbots	Teoría de automatización y mejora de procesos	Método de implementación ágil y escalable	Selección de herramientas de IA y chatbots	Mejora en la eficiencia de la atención al cliente y automatización de procesos	Análisis de datos de interacción, retroalimentación de usuarios, pruebas de desempeño
	Enfoque en la formación continua en nuevas tecnologías	Diseño de programas de capacitación basados en competencias	Formación intensiva en el uso de chatbots	Empleados capacitados en el uso efectivo de los chatbots, mejora en la gestión	Encuestas de satisfacción, evaluaciones de desempeño del personal
Evaluación y Monitoreo	Teoría de evaluación	Enfoque de mejora continua	Implementación de pruebas	Optimización continua	Reportes de desempeño,

continua y retroalimenta	ajustes	desempeño	análisis	de
optimización	periódicos	de los KPIs		
n		chatbots		

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO III: CONCLUSIONES

3.1. Conclusiones

- Un análisis exhaustivo de estudios anteriores sobre administración de empresas, estrategias de optimización, gestión de procesos y tecnología de inteligencia artificial, fue realizado. De este, surgió un marco teórico sólido, crucial para justificar la recomendación de implementar chatbots en el COAC Ambato. Consideraciones clave, como el cambio continuo, la automatización de labores y la digitalización financiera, proporcionan una base sólida para formular ideas mejorativas en la cooperativa. Integrar los fundamentos teóricos garantiza que la sugerencia se adecue a las prácticas óptimas y tendencias en administración de empresas, así como en la aplicación de nuevas tecnologías.
- Mediante la evaluación implementada, incluyendo un análisis FODA y un examen de la infraestructura tecnológica y las capacidades del personal, se lograron detectar las principales carencias y posibilidades de mejora en la atención al cliente en la oficina de Quito. Los problemas que afectaban la eficiencia y la calidad se identificaron: procesos manuales, requerir atención presencial y falta de automatización en consultas rutinarias.
- Asimismo, se descubrió que la cooperativa posee puntos fuertes como, una buena reputación y confianza de los socios, siendo esto, una oportunidad para usar tecnologías como los chatbots.
- Diez tácticas clave se determinaron para la puesta en marcha de chatbots de inteligencia artificial en COAC Ambato, sucursal Quito. Las estrategias propuestas abarcan el análisis de necesidades, integración, formación, monitoreo y evaluación del impacto, usando esta tecnología. El plan de mejora propuesto fija objetivos y metas medibles para optimizar procesos, mejorar la atención al cliente y fortalecer la toma de decisiones mediante IA.

- Estrategias clave implican elegir las herramientas idóneas, capacitar al personal de forma correcta, incorporar chatbots en los sistemas cooperativos, y también vigilar continuamente su desempeño, asegurando una implementación exitosa y duradera.
- Un grupo de especialistas en áreas clave, como tecnología, la gestión de procesos, capacitación, y la transformación digital, aprobo la sugerencia. Estos mismos expertos analizaron varios aspectos del plan de mejora, ofreciendo sugerencias y comentarios para su buen funcionamiento y su efectividad en el COAC Ambato. Ellos avalaron la selección de instrumentos tecnológicos, la adaptación del plan de formación y la capacidad de la cooperativa para la adaptación a los chatbots.

3.2. Recomendaciones

- Es aconsejable actualizar sin cesar los fundamentos teóricos de la IA y los chatbots en el sector cooperativo, ¡jojo ahí! Esto asegurará que el COAC Ambato se mantenga en la cima de las tendencias y las mejores practicas. Esto también ayudara a que mejoren su plan, constantemente.
- Se sugiere a COAC Ambato realizar un diagnóstico constante, en Quito, y además en todas sus sucursales, por supuesto. Esto identificara oportunidades para prosperar, y podrán aprovechar las fortalezas de la cooperativa. Lograrán implementar soluciones nuevas, mejorando los procesos, y ¡joye! el servicio al cliente.
- Se aconseja que COAC Ambato implemente las tácticas del programa de optimización paso a paso. De esta forma la transición a los chatbots sera facil, facilitando la adaptación del personal y, ¡claro! de los socios. A mas de eso, revisar y ajustar las estrategias, es crucial para la eficiencia y el alineamiento con los objetivos, ¿sabes?.

REFERENCIAS

(s.f.). Obtenido de <https://redibai-myd.org/portal/wp-content/uploads/2020/01/8617-45-6.pdf>

Domínguez, M. (2025). Impacto de la Digitalización en la Eficiencia de Las Cooperativas. 9(27). Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-63882024000300002&script=sci_arttext

Acosta, A. (2019). Organismo para la Mejora Continua de la Educación. Propuestas de los candidatos a integrar la Junta Directiva. *Revista mexicana de investigación educativa*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662019000401135

Agudo, F. J. (2023). La mejora continua en la gestión de la prevención de riesgos laborales en la empresa desde la vigilancia colectiva de la salud. *Revista de la Asociación Española de Especialistas en Medicina del Trabajo*. Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S3020-11602017000100005

Agudo, J. (2019). *La mejora continua en la gestión de la prevención de riesgos laborales en la empresa desde la vigilancia colectiva de la salud*. Obtenido de Revista de la Asociación Española de Especialistas en Medicina del Trabajo: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S3020-11602017000100005

Aguilar, J. (2022). *Plan de mejora del sistema de control de inventarios para la Empresa Electroil Cía. Lda.*. Quito : Universidad Israel . Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/3705/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADME-378.242-2022-001.pdf>

Aizaga, M. Á. (2021). *Colección: Coediciones Actualidad y Perspectivas para un desarrollo sustentable*. Universidad de Israel. Obtenido de https://uisrael.edu.ec/wp-content/uploads/2021/07/01_Libro1-Gestion-administrativa-de-las-organizaciones-actualidad-y-perspectivas-3.pdf

Alarcón, N. (2023). Gestión por procesos en las entidades públicas, una revisión literaria. *Podium*, 44. doi:<https://doi.org/10.31095/podium.2023.44.7>

Alarcón, N., & Alarcón, O. (2023). Gestión por procesos en las entidades públicas, una revisión literaria. *Podium*(44). doi:<https://doi.org/10.31095/podium.2023.44.7>

- Albuja, B. (2021). *Plan de mejora para el área de servicio al cliente en la cooperativa 29 de octubre agencia Riobamba*. Quito : Universidad Israel .
- Aldosemani, T., & Badia, J. (2024). *Inteligencia Artificial en la Microeducación: Transformando el Aula del Futuro*. Creative Commons. Obtenido de https://ciec.edu.co/wp-content/uploads/2024/05/IAE-ODITE_Digital_Castellano.pdf
- Arias, J. (2020). Plantear y formular un problema de investigación: un ejercicio de razonamiento. *Revista Lasallista de Investigación*. doi:<https://doi.org/10.22507/rli.v17n1a4>
- Armas, A. (2020). Estrategias de negocio para la empresa Limpifresh. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(5), 36-44. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n5/2218-3620-rus-12-05-36.pdf>
- Barrios, K. (2019). La Gestión por Procesos en las Pymes de Barranquilla: Factor Diferenciador de la Competitividad Organizacional. *Información tecnológica*, 30(2). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000200103>
- Becerra, Á. (2019). Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación: Universidad de Otavalo, Ecuador. *Revista Actualidades investigativas*, 19(1), 1-32. doi:10.15517/aie.v19i1.35235
- Bracho, L. (2023). Gestión de la economía humana en ambientes de incertidumbre vinculada a la actualidad empresarial. *Gestio et Productio. Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 5(9). doi:<https://doi.org/10.35381/gep.v8i9.54>
- Bueno, S., & Fernández , C. (2025). Análisis del crecimiento de las cooperativas de ahorro y crédito en el Ecuador: periodo 2015-2023. 6(8). Obtenido de <https://www.cienciayeducacion.com/index.php/journal/article/view/zenodo.16937889>
- Calderón, M., & Castillo, E. (2024). *Plan de mejora para la optimización de procesos en servicio postventa en empresas comercializadoras de electrodomésticos*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Campillo, P. (2024). Inteligencia artificial: aplicación a la investigación en ciencias de la salud. *Sanidad Militar*. doi:<https://dx.doi.org/10.4321/s1887-85712024000200007>
- Cano, M. (2020). *Innovación en gestión de la calidad*. RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. 2019 . Obtenido de <http://redibai-myd.org/portal/wp-content/uploads/2020/01/8617-45-6.pdf>

- Capuz, A. (2023). Auditoría de gestión para evaluar la responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito. 4(2). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9585903>
- Carbonell, E. (2023). La Inteligencia Artificial en el contexto de la formación educativa. *Episteme Koinonía. Revista Electrónica de Ciencias de la Educación, Humanidades, Artes y Bellas Artes*, 6(12). doi:<https://doi.org/10.35381/e.k.v6i12.2547>
- Carbonell, E. (2023). La Inteligencia Artificial en el contexto de la formación educativa. *Episteme Koinonía. Revista Electrónica de Ciencias de la Educación, Humanidades, Artes y Bellas Artes*, 6(12). doi:<https://doi.org/10.35381/e.k.v6i12.2547>
- Carro, R., & González, D. (2020). Administración de la calidad total.
- Carvajal, L. (2021). Gestión actual del talento humano: contexto universitario. *Revista Nacional de Administración*, 12(2). doi:<http://dx.doi.org/10.22458/rna.v12i2.3914>
- Cazzadore, L. (2021). Diseño de un plan de mejora sobre la digitalización forzada de las comunicaciones de los proyectos en una operadora de telecomunicaciones en Venezuela. *Revista gestión de las personas y tecnología*, 14(41). doi:<http://dx.doi.org/10.35588/gpt.v14i41.5067>
- Chavarría, L. (2022). Implementación del Growth Hacking en las pequeñas y medianas empresas. Caso: Ambato - Ecuador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 7(13). doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v7i13.1617>
- Corella, L., & Olea, J. (2023). Desarrollo de un sistema de control de inventario para una empresa comercializadora de sistemas de riego. *Ingeniería, investigación y tecnología*, 24(1). doi:<https://doi.org/10.22201/fi.25940732e.2023.24.1.006>
- Díaz, A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*. doi:<https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>
- Díaz, i. A. (2023). Inteligencia artificial, aplicaciones y desafíos en la educación basada en simulación. *Colombian Journal of Anesthesiology*, 52(1). doi:<https://doi.org/10.5554/22562087.e1085>
- Dubuc, A. (2022). Marketing sensorial como estrategia persuasiva para la fidelización del cliente en el sector de servicios. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 7(13). doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v7i13.1642>

- Fernández, Y. (2019). Inteligencia artificial y sus implicaciones en la educación superior. *Propósitos y Representaciones*, 7(2). doi:<http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n2.274>
- Gallardo, W. (2021). Gestión estratégica, factor clave para el éxito organizacional. *Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 3(2), 1-24. doi:10.47666/summa.3.2.40
- García , M. (2025). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SOSTENIBILIDAD EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 15 DE ABRIL. *REVISTA CIENTÍFICA YACHASUN*, 9(16). Obtenido de <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/687>
- García, M. (2024). Fortalecimiento de la calidad del servicio de salud mediante un modelo de gestión institucional. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria de Ciencias de la Salud. Salud y Vida*, 8(15). doi:<https://doi.org/10.35381/s.v.v8i15.3194>
- Godoy, C. (2024). *Plan de acción para contribuir al desarrollo de la gestión del talento humano en directivos de una institución educativa privada de Ayacucho*. Lima-Perú: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/68855636-6e31-4920-aae3-d88b7786d1eb/content>
- Gómez, H. (2022). La reinversión financiera en la era digital . *Derecho financiero*. Obtenido de https://asobancaria.com/wp-content/uploads/La_reinvencion_financiera_en_la_era_digital-2022.pdf
- Granados, J. (2022). Análisis de la inteligencia artificial en las relaciones laborales. *Revista CES Derecho*, 13(1). doi:<https://doi.org/10.21615/cesder.6395>
- Gutiérrez, E. (2022). Resiliencia: Un factor clave en la gestión de procesos y productividad empresarial. *Episteme Koinonía. Revista Electrónica de Ciencias de la Educación, Humanidades, Artes y Bellas Artes*, 5(10). doi:<https://doi.org/10.35381/e.k.v5i10.2066>
- Hernández, C. (2019). Análisis de la aplicación de la gestión integral en seis empresas comerciales de tipo familiar en Florencia, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 9(2). doi:<https://doi.org/10.19053/20278306.v9.n2.2019.9162>
- Huertas, E. (2020). Diseño de un modelo de gestión. Base científica y práctica para su elaboración. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100165

- Illescas, J. (2022). *Plan de mejora en la calidad de atención en el servicio de consulta externa móvil de Servimedec Machala*. Quito: Universidad de las Américas. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/16096/1/UDLA-EC-TMDEGES-2024-06.pdf>
- Jiménez, L. (2023). Gestión Empresarial para el Apoyo Contable Como Aporte Económico en las Pequeñas y Medianas Empresas de la Ciudad de Pilar, Periodo 2023. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(5). doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.8225
- Jurado, J. (2022). *Método (de investigación) deductivo*. Aspasia. Obtenido de <https://grupoaspasia.com/es/glosario/metodo-de-investigacion-deductivo/>
- Lages, R. (2021). Gestión por procesos y la referenciación competitiva para la mejora de la calidad de la atención. *Revista Cubana de Enfermería*, 37(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-03192021000300018&script=sci_abstract&lng=es
- Landaeta, J. (2022). Innovación de Estrategias de Gestión en el Proceso Práctico Preprofesional. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes* 2.0, 20(14). doi:<https://doi.org/10.37843/rted.v14i1.292>
- López, A. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las firmas emprendedoras. *Nueva ciencia*, 11(22). doi:<https://doi.org/10.21640/ns.v11i22.1795>
- López, A. (2020). El papel de la gestión del emprendimiento y la innovación en relación con los resultados de las pymes en México. *Suma de Negocios*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-910X2020000100012
- López, M. (2017). *Plan estratégico y calidad de servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Ambato Ltda."* Agencia Cevallos. Ambato : UNIANDES . Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7398/1/TUAEXCOMADM010-2017.pdf>
- López, M. J. (2019). Las narrativas de la inteligencia artificial. *Revista de Bioética y Derecho*, 46. Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1886-58872019000200002

- Martínez, L. (2019). Barreras que dificultan la planificación estratégica en las organizaciones. *Tendencias -Revista de la Facultad de Ciencias Universidad de NARIÑO*, 20(1). Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v20n1/2539-0554-tend-20-01-00254.pdf>
- Mascareñas, J. (2024). Introducción a las Finanzas Corporativas. *Monografías de Juan Mascareñas sobre Finanzas Corporativas*. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2313264
- Mateu, E. G. (2021). Plan de Mejora Individual: instrumento evaluativo en las prácticas clínicas. *Index de Enfermería*, 30(3). Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962021000200022
- Medina, G. (2024). *El desarrollo organizacional y la productividad de la empresa Agrícola y Pecuaria Todo Agro Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/13251/1/Medina%20Gallegos%2C%20G%20%282024%29%20El%20desarrollo%20organizacional%20y%20la%20productividad%20de%20la%20empresa%20Agr%C3%ADcola%20y%20Pecuaria%20Todo%20Agro%20C%C3%ADa.%20Ltda.%2C%20en%20la%20ciudad>
- Medina, R. (2025). Chatbot sobre Riesgo de Crédito: Enfoque Experimental para Optimización en Cooperativas de Ahorro y Crédito. *Revista Espacios*, 46(4). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a25v46n04/a25v46n04p02.pdf>
- Miño, N., & Mayorga, G. (2023). La gestión empresarial para una buena administración de las pymes comerciales de la ciudad de Ambato. *Era Tecnológica*, 5(1). Obtenido de <https://alfapublicaciones.com/index.php/alfapublicaciones/article/view/307>
- Miranda, J. (2021). Acciones competitivas y desempeño organizacional en la perspectiva dinámica competitiva. *Investigación administrativa*, 50(127). doi:<https://doi.org/10.35426/iav50n127.10>
- Miranda, M. (2022). Hacia una perspectiva integral de gestión en sostenibilidad empresarial. *Trascender, contabilidad y gestión*, 7(19). doi:<https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.136>
- Mireles, Á. G. (2020). *Implementación de un sistema de gestión basado en la norma iso 9001:2015 en una institución pública*. Hidalgo, México: Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Hidalgo 2020. Obtenido de <https://static1.squarespace.com/static/55564587e4b0d1d3fb1eda6b/t/5f936016acef616a>

7eb3e55b/1603493932160/Tomo+10+-
+Memorias+del+Congreso+Internacional+AJ+Hidalgo+2020.pdf

Montaño, S., & Forero, S. (2024). *Estrategias de optimización de rentabilidad y captación en entidades financieras mediante programas de Open Finance e inclusión poblacional*. Bogotá – Colombia : La Universidad de la Salle.

Moreno, N. (2020). *Modelos de gestión para potenciar el crecimiento empresarial*. Universidad Tecnológica empresarial de Guayaquil. Obtenido de <https://www.uteg.edu.ec/wp-content/uploads/2022/10/L3-2020.pdf>

Mucci, T. (2024). *El futuro de la IA: tendencias que darán forma a los próximos 10 años*. Obtenido de <https://www.ibm.com/mx-es/think/insights/artificial-intelligence-future>

Naranjo, G. (2022). Gestión administrativa en las pymes del sector comercial en la ciudad de Santo Domingo en Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000300504

Nathaly, L. (2022). Guía para la aplicación de una estrategia de mejora continua. *Ingeniería Industrial*, 43(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362022000300030

Obando, M. (2020). Capacitación del talento humano y productividad: Una revisión literaria. *ECA Sinergia*, 2, 166-173. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588563773012/html/>

Ortega, C. (2025). *Investigación mixta. Qué es y tipos que existen*. GestiónPro. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>

Páez, S. (2020). *Plan de mejora de la custodia y administración centralizada de documentos sensibles en la cooperativa de ahorro y crédito construcción, comercio y producción*. Quito: Universidad Tecnológica Israel. Obtenido de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1463/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-2017-049.pdf>

Palacios, M. Á. (2020). Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 11(2). doi:<http://dx.doi.org/10.22458/rna.v11i2.2756>

- Paravic, T., & Lagos, M. (2022). Trabajo en equipo y calidad de la atención. *Ciencia y enfermería*, 27. doi:<http://dx.doi.org/10.29393/ce27-41tetm20041>
- Parrilla, S. (2020). *La comunicación del líder en la empresa tecnológica en España*. Universidad de Zaragoza. Obtenido de <https://zaguan.unizar.es/record/132342/files/TESIS-2024-059.pdf>
- Paucar, S. (2022). Factores del riesgo crediticio en una cooperativa de ahorro y crédito, en la emergencia sanitaria de la COVID-19. 6(13). Obtenido de <https://retosdelacienciaec.com/Revistas/index.php/retos/article/view/423>
- Picado, A., & Sergueyevna, N. (2022). La gestión empresarial en las micro, pequeñas, medianas empresas. *Revista Científica de FAREM-Estelí*. doi:<https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11610>
- Ponce, L., & Arteaga, D. (2025). Comportamiento organizacional y su influencia en el desempeño laboral en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "COACMES". Obtenido de <https://agris.fao.org/search/en/providers/124692/records/669e7a6c00eb85b7d72b8cc2>
- Ponce, V., & Mantuano, R. (2024). La gestión financiera como herramienta para aumentar la rentabilidad . *Ciencia y Desarrollo. Universidad Alas Peruanas*.
- Reyes, P. (2024). La gestión emoresarial; Una brujula para el exito Business. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS.*, 6(6). Obtenido de <https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/1255/1690>
- Romero, A. (2024). Plan estratégico de mejoras para los procesos administrativos y operativos de las empresas públicas. *Ingenium et Potentia. Revista Electrónica Multidisciplinaria de Ciencias Básicas, Ingeniería y Arquitectura*. doi:<https://doi.org/10.35381/i.p.v6i10.3856>
- Ropa, B. (2022). Gestión organizacional: un análisis teórico para la acción Organizational management: a theoretical analysis for action. *Revista Científica de la UCSA*, 9(1). doi:<https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.01.081>
- Ruiz, G. (2023). Investigación Educativa . *La Revista Mexicana de Investigación Educativa es una publicación del Concejo Mexicano* . Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-RetosEnLaFormacionInicialDeProfesoradoDeInfantilYP-8072984.pdf

- Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, 39, 19-36. doi:<https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>.
- Sánchez, G. (2024). INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS DESARROLLO LOCAL: IMPULSO A LA GESTIÓN COOPERATIVA. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Alexander-Gorina-Sanchez/publication/386504014_INTELIGENCIA_ARTIFICIAL_EN_LA_ELABORACION_DE_PROYECTOS_DE_DESARROLLO_LOCAL_IMPULSO_A_LA_GESTION_COOPERATIVA/links/67532528ef2dc67228ac606c/INTELIGENCIA-ARTIFICIAL-EN-LA-EL
- Santander, G. (2024). EVALUACIÓN FINAL AL PROYECTO “MUJERES RURALES ASOCIADAS EN COOPERATIVAS, GESTIONAN E INNOVAN EMPRESARIALMENTE PROCESOS PRODUCTIVOS, MERCADOS SOSTENIBLES Y MITIGAN LOS EFECTOS DEL COVID-19 DEL CORREDOR SECO DE NICARAGUA”. Obtenido de https://ayudaenaccion.b-cdn.net/uploads/2025/06/Eval-final_Xunta-de-Galicia_Nicaragua_-2024_MUJERES-RURALES-ASOCIADAS-EN-COOPERATIVAS-GESTIONAN-E-INNOVAN-EMPRESARIALMENTE-PROCESOS-PRODUCTIVOS-MERCADOS-SOSTE.pdf
- Saucedo, L. (2022). Metodología para la gestión de riesgos y oportunidades. *Revista CENIC Ciencias Químicas*, 53(1). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2221-24422022000100023
- Sepúlveda, J. A. (2025). *Adopción de la inteligencia artificial y tecnologías digitales en la educación superior*. Villa Turca 17, Villas del Mediterráneo.
- Soledispa, X., & Álvarez, I. (2021). Tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de las pymes. *Polo del conocimiento*.
- Taipe, F., & Morales, A. (2025). Propuesta de objetivos que las cooperativas de ahorro y crédito abiertas deben incorporar en su planificación empresarial. 9(2). Obtenido de <https://www.investigarmqr.com/2025/index.php/mqr/article/view/682>
- Tigasi, G., & Bautista, A. (2025). Análisis de la gestión por procesos para la gestión administrativa de las Cooperativa de Ahorro y Crédito: Un estudio de caso. 10(1). Obtenido de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/3353>
- Tigre, F. (2019). Sistema de Gestión por procesos para empresas de calzado en Ecuador. *RECIAMUC*, 1(4). doi:<https://doi.org/10.26820/reciamuc/1.4.2017.373-389>

- Torres, L. (2023). Plan de Integración de las Normas ISO 9001 e ISO 45001. Caso de estudio Cooperativa de Ahorro y Crédito CANAPRO C.A.C. Tunja. 15(2). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10226713>
- Torres, Z. (2019). Un indicador de mejora continua. Mejorando la mejora continua. *Investigación administrativa*, 36(100). Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782007000200089&lng=en&nrm=iso
- UNIR . (2025). *¿Qué es la gestión por procesos y por qué es importante?* UNIR. Obtenido de <https://colombia.unir.net/actualidad-unir/gestion-por-procesos/>
- Valentin, J., & Manriquez, H. (2024). Plan de marketing para mejorar el posicionamiento empresarial. <https://doi.org/10.47460/uct.v27i120.738>. doi:<https://doi.org/10.47460/uct.v27i120.738>
- Valle, A. P. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300160
- Vargas, J. (2023). El mejoramiento de la formación continua del docente de educación inicial en lectura y escritura. *Varona. Revista Científico Metodológica*, 77. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1992-82382023000200003
- Vargas, T. (2023). Plan de mejora del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Canapro – Coopcanapro. Obtenido de https://redcol.minciencias.gov.co/Record/ECCI2_ac9d31f642e5cbf4dd5963169554c21a/Details
- Vega, C., & Maguiña, J. (2021). Estudios transversales. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*.
- Vega, L. (2022). Percepción del estudiantado universitario sobre la virtualización de la enseñanza de la metodología de la investigación. *Actualidades Investigativas en Educación*. Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-47032022000300065

- Velázquez, A. (2022). Gestión estratégica: Qué es, ventajas, importancia, ejemplos y etapas. *GestiónPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/proceso-de-gestion-estrategica/>
- Vélez, M. (2021). La gestión ambiental una propuesta de planificación en cooperativas de ahorro y crédito. *Revista científico - profesional*, 6(3). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926849>
- Viana, R. (2023). *Apuntes de administración; La teoría y la práctica*. Universidad Nacional de Misiones. Obtenido de https://editorial.unam.edu.ar/images/documentos_digitales/Apuntes%20de%20Administracion_Viana.pdf
- Zabala, R. (2021). Efecto en la gestión organizacional y la satisfacción de los usuarios de un sistema informático de planificación de recursos empresariales (ERP) en Riobamba, Ecuador. *Información tecnológica*, 32(5). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000500101>

ANEXOS

Anexo 1:

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA VALIDADOR 1



**Universidad
Israel**

ESPOG

**Escuela de
Posgrados**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación:
Plan de mejora para el área de atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Ing. MBA. Coloma Andaluz Eduardo Cristóbal

Título obtenido: MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

C.I.: 1724396849

E-mail: crsedu@hotmail.com

Institución de Trabajo: COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO AMBATO LTDA.

Cargo: JEFE DE AGENCIA

Años de experiencia en el área: 10 años



**Universidad
Israel**

ESPOG

**Escuela de
Posgrados**

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	x				
Aplicabilidad		x			
Conceptualización		x			
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	25	8			

Observaciones:.....

.....

Recomendaciones:.....

.....

.....

Lugar, fecha de validación: 17 de septiembre del 2025.

Firmado electrónicamente por:
**EDUARDO CRISTOBAL COLOMA
ANDALUZ**

Validar únicamente con FirmaEC
Razón:
Localización:
Fecha: 2025-09-17T 15:12:13.222343979-04:00

Ing. MBA. Coloma Andaluz Eduardo Cristóbal

VALIDADOR 2

**Universidad
Israel****ESPOG****Escuela de
Posgrados****UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL****ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"****MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS****INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: Plan de mejora para el área de atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Ing. MBA. ELSA PAOLA GUANOLUISA TOAPANTA

Título obtenido: MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

C.I.: 1722703244

E-mail: epgt_14@hotmail.com

Institución de Trabajo: COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO AMBATO LTDA.

Cargo: ANALISTA DE CREDITO SENIOR

Años de experiencia en el área: 8 años



**Universidad
Israel**

ESPOG | Escuela de
Posgrados

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	x				
Aplicabilidad		x			
Conceptualización	x				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	30	5			

Observaciones:.....

.....

.....

Recomendaciones:.....

.....

.....

Lugar, fecha de validación: 17 de septiembre del 2025.

ELSA PAOLA
GUANOLUISA
TOAPANTA

Firmado digitalmente por
ELSA PAOLA GUANOLUISA
TOAPANTA
Fecha: 2025.09.17 13:48:37
-05'00'

Ing. MBA. ELSA PAOLA GUANOLUISA TOAPANTA

VALIDADOR 3



**Universidad
Israel**

ESPOG

**Escuela de
Posgrados**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: Plan de mejora para el área de atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Ing. MBA. Tiche Baltazar Inés Cristina

Título obtenido: MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

C.I.: 1850073287

E-mail: inescristinatiche@gmail.com

Institución de Trabajo: COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MUSHUC RUNA.

Cargo: Atención al Cliente y Analista de Crédito

Años de experiencia en el área: 6 años



**Universidad
Israel**

ESPOG | Escuela de
Posgrados

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	x				
Aplicabilidad		x			
Conceptualización	x				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	30	4			

Observaciones:.....

.....

.....

Recomendaciones:.....

.....

.....

Lugar, fecha de validación: 17 de septiembre del 2025.



Firmado electrónicamente por:
INES CRISTINA TICHE
BALTAZAR

Validar únicamente con FirmaEC

Ing. MBA. Tiche Baltazar Inés Cristina

VALIDADOR 4



**Universidad
Israel**

ESPOG | Escuela de
Posgrados

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación:
Plan de mejora para el área de atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., Agencia Quito Centro. Sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Eco. MBA. PENDOLEMA BOLAÑOS ROSA GISELA

Título obtenido: MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

C.I.: 1719906651

E-mail: rousmery171@hotmail.com

Institución de Trabajo: COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO AMBATO LTDA.

Cargo: JEFE DE AGENCIA

Años de experiencia en el área: 8 años

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	x				
Aplicabilidad		x			
Conceptualización	x				
Actualidad	X				
Calidad Técnica	X				
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	30	4			

Observaciones:.....
.....
.....

Recomendaciones:.....
.....
.....

Lugar, fecha de validación: 17 de septiembre del 2025.

ROSA GISELA
PENDOLEMA
BOLAÑOS

Firmado digitalmente
por ROSA GISELA
PENDOLEMA BOLAÑOS
Fecha: 2025.09.17
14:14:32 -05'00'

Eco. MBA. PENDOLEMA BOLAÑOS ROSA GISELA

