



**Universidad
Israel**

**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 la optimización de la atención y servicio al cliente mediante nuevas tecnologías de la información en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato: estudio de caso en la agencia Tumbaco
Línea de Investigación:
Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible
Campo amplio de conocimiento:
Administración
Autor:
Marcalla Chiliza Edison Xavier
Tutores:
Ana Lucia Tulcán / Héctor Sebastián Pérez Manosalvas

Quito – Ecuador

2025

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Héctor Sebastián Pérez Manosalvas con C.I: 1721529186 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan de mejora para la optimización de la atención y servicio al cliente mediante nuevas tecnologías de la información en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato: estudio de caso en la agencia Tumbaco.

Elaborado por: Edison Xavier Marcalla Chiluita, de C.I: 0503350266, estudiante de Maestría en Administración de Empresas. Gestión de Proyectos 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., 20 de marzo de 2025



Firmado electrónicamente por:
**HECTOR SEBASTIAN
PEREZ MANOSALVAS**

Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Edison Xavier Marcalla Chiluita con C.I: 0503350266, autor/a del proyecto de titulación denominado: Plan de mejora para la optimización de la atención y servicio al cliente mediante nuevas tecnologías de la información en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato: estudio de caso en la agencia Tumbaco. Gestión de Proyectos.

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., 20 de marzo de 2025



Firmado electrónicamente por:
**EDISON XAVIER
MARCALLA CHILUITA**

Firma

Tabla de contenidos

INFORMACIÓN GENERAL	10
Contextualización del tema	10
Problema de investigación	11
Objetivo general	12
Objetivos específicos	12
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos	12
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	14
1.1 Contextualización general del estado del arte	14
1.2. Proceso Investigativo metodológico	19
1.3. Análisis de resultados	22
CAPÍTULO II: PROPUESTA	32
2.1. Fundamentos teóricos aplicados	32
2.2. Descripción de la Propuesta	33
2.3. Validación de la propuesta	54
2.4 Matriz de articulación de la propuesta	57
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES	61
BIBLIOGRAFÍA	62
ANEXOS	67

Índice de tablas

Tabla 1	Entrevista Respecto a Procesos actuales de atención al cliente.....	22
Tabla 2	Entrevista Respecto a Desafíos identificados.....	23
Tabla 3	Comentarios o sugerencias ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre cómo la Cooperativa podría mejorar su atención al cliente mediante el uso de tecnologías?.....	31
Tabla 4	Diagnóstico del Proceso Actual en Cooperativa Ambato.....	35
Tabla 5	Checklist de Diagnóstico del Departamento de Atención al Cliente	35
Tabla 6	Análisis FODA para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, Agencia Tumbaco	37
Tabla 7	Detalles de Desarrollo de los Objetivos Específicos.....	39
Tabla 8	Análisis CAME para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, Agencia Tumbaco	41
Tabla 9	Cronograma por Fases	42
Tabla 10	Cronograma de Sesiones Presenciales y en Línea para el Cumplimiento de los Objetivos del Plan de Mejoras.....	44
Tabla 11	Actividades, Responsables e Indicadores de Gestión	47
Tabla 12	Presupuesto General.....	48
Tabla 13	Presupuesto por concepto de estrategias y materiales.....	49
Tabla 14	Planificación y Monitoreo	51
Tabla 15	Estrategias y/o Técnicas Aplicados	53
Tabla 16	Descripción del perfil de validadores	54
Tabla 17	Criterios evaluativos.....	55
Tabla 18	Resultados de la validación	55
Tabla 19	Matriz de articulación	58

Índice de figuras

Figura 1 Edad de los encuestados	24
Figura 2 Género de los encuestados	24
Figura 3 Nivel de educación de los encuestados.....	25
Figura 4 Utilización de equipos tecnológicos	25
Figura 5 Trámites desde el hogar	26
Figura 6 Evaluación utilidad de una aplicación móvil	26
Figura 7 Disponibilidad de solicitud créditos	27
Figura 8 Uso de una aplicación para mejora atención cliente.....	27
Figura 9 Evaluación tiempos de espera de atención	28
Figura 10 Implementación nuevas tecnologías	28
Figura 11 Satisfacción cliente	29
Figura 12 Evaluación personal de la Cooperativa.....	29
Figura 13 Participación programas de capacitación	30
Figura 14 Tipo de tecnología a implementar	30
Figura 15 Estructura general del proyecto	34
Figura 18 <i>Flayer de lanzamiento de Ambavirtual</i>	71
Figura 19 <i>Creación de nuevos usuarios - Usuario</i>	71
Figura 20 Creación de nuevos usuarios-identificación	72
Figura 21 Creación de nuevos usuarios-contrato.....	72
Figura 22 Creación de nuevos usuarios-recomendaciones	72
Figura 23 Creación de nuevos usuarios-Clave temporal correo	73
Figura 24 Creación de nuevos usuarios-Clave temporal plataforma.....	73
Figura 25 Creación de nuevos usuarios-registro de datos	73
Figura 26 Creación de nuevos usuarios-personalizar contraseña	74
Figura 27 Creación de nuevos usuarios-contraseña cambiada	74
Figura 28 <i>Proceso de consulta de saldos cuenta de ahorro y crédito</i>	75
Figura 29 Creación de nuevos usuarios-verificación de contraseña.....	75
Figura 30 Creación de nuevos usuarios-mensaje de acceso	75
Figura 31 Creación de nuevos usuarios-funcionalidades	76
Figura 32 Creación de nuevos usuarios- información consolidada	76
Figura 33 Creación de nuevos usuarios-cuenta	76
Figura 34 Creación de nuevos usuarios-movimientos.....	77
Figura 35 Transferencias beneficiarios.....	77

Figura 36 Transferencias beneficiarios- Activación	77
Figura 37 Transferencias beneficiarios-Transacción	78
Figura 38 Transferencias beneficiarios-lista beneficiarios	78
Figura 39 Transferencias de cuentas propias de la misma institución	78
Figura 40 Transferencias de cuentas propias de la misma institución, Paso 1	79
Figura 41 Transferencias de cuentas propias de la misma institución, Paso 2	79
Figura 42 Transferencias de cuentas propias de la misma institución, Paso 3	79
Figura 43 Monto máximo de transferencia.....	80
Figura 44 Monto máximo de transferencia- Paso 1	80
Figura 45 Monto máximo de transferencia- Paso 2	80
Figura 46 Gestión de tarjetas de crédito.....	81
Figura 47 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 2	81
Figura 48 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 3	81
Figura 49 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 4	82
Figura 50 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 5	82
Figura 51 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 6	82
Figura 52 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 7	83
Figura 53 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 8	83
Figura 54 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 9	83
Figura 55 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 10	84
Figura 56 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 11	84
Figura 57 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 12	84
Figura 58 Gestión de tarjetas de crédito-Paso 13	85
Figura 59 Servicios de gestión de pagos de servicios básicos.....	85
Figura 60 Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 1	85
Figura 61 Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 2	86
Figura 62 Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 3	86
Figura 63 Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 4	86
Figura 64 Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 5	87
Figura 65 Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 6	87
Figura 66 Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 7	87
Figura 67 Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 8	88
Figura 68 Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 9	88
Figura 69 Administración de la cuenta.....	88

Figura 70 Administración de la cuenta-Paso 1	89
Figura 71 Administración de la cuenta-Paso 2	89
Figura 72 Chatbot_Ambabot.....	89

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda. fue creada en enero del 2003, naciendo de la visión de la Comunidad de Chibuleo San Alfonso, en la Parroquia Juan Benigno Vela, Provincia de Tungurahua. Este grupo, encabezado por la familia Chango Yucailla, inició un proceso organizativo con el propósito de mejorar las condiciones sociales y económicas de su comunidad mediante la colaboración económica y los préstamos internos. Este esfuerzo colectivo rápidamente se expandió, llevando a la apertura de la primera oficina en Latacunga a finales del 2003, marcando el comienzo de su crecimiento territorial y financiero.

Ha pasado el tiempo, y la Cooperativa Ambato continua con el compromiso sólido direccionado con su misión de promover el desarrollo socioeconómico de la comunidad, lo que ha llevado a expandirse en gran manera. Este crecimiento se fundamenta en decisiones estratégicas como la fusión con otras entidades, ampliando cobertura a nivel nacional.

El modelo de negocio de la Cooperativa Ambato se basa en tres pilares fundamentales: inclusión financiera, expansión geográfica, innovación tecnológica. En la inclusión Financiera, su compromiso es brindar acceso a servicios financieros a todos los segmentos de la población, con énfasis en las comunidades marginadas. Da facilidades de creación de cuentas de ahorro, créditos, y servicios de microfinanzas diseñados para apoyar tanto a individuos como a pequeñas empresas. Esta expansión da mayor alcance para tener acceso a sus servicios, fortaleciendo la presencia de la cooperativa en diferentes regiones. En el marco de su estrategia de innovación, la empresa ha establecido una Red de Cajeros Automáticos.

El modelo de negocio de las cooperativas de ahorro y crédito tiene como premisa la innovación tecnológica debido a la creciente digitalización del sector financiero. De manera tradicional, se centraban en la cercanía y el servicio personalizado a sus miembros, lo que los llevó a adoptar nuevas estrategias para mantenerse competitivas en un entorno de alta competitividad. La digitalización centra su implementación en servicios bancarios en línea, aplicaciones móviles, y la automatización de procesos, lo que permite a las cooperativas ofrecer servicios más accesibles, eficientes y personalizados. Esto ayuda a retener a una base de clientes que demanda facilidades financieras. Por ello, la competencia con bancos tradicionales ha impulsado a las cooperativas a innovar y adaptar su modelo de negocio para seguir siendo importantes en conceptos de atención al servicio al cliente desde el punto de vista financiero.

Las tendencias tecnológicas en el sector financiero cooperativo sientan sus bases en la adición de herramientas avanzadas como la inteligencia artificial, y soluciones de ciberseguridad

robustas. Con esto se optimizan sus operaciones, mejoran la seguridad de las transacciones, y ofrecer una experiencia de usuario más dinámica y segura. La inteligencia artificial, por ejemplo, se está utilizando para personalizar las ofertas de productos y mejorar la atención al cliente mediante asistentes virtuales y chatbots. Ante esto, la ciberseguridad se perfila como una tecnología clave para garantizar la transparencia, dando mayor seguridad a las transacciones financieras. La automatización de procesos, en donde viene intrínseco la gestión de riesgos y el cumplimiento normativo, está ayudando a las cooperativas a reducir costos operativos y aumentar la eficiencia.

Lo descrito anteriormente, hace que la investigación tenga sus directrices en el aspecto de herramientas tecnológicas para que sean aplicadas de manera efectiva para mejorar la experiencia del cliente, reducir tiempos de espera, y personalizar los servicios ofrecidos, contribuyendo al fortalecimiento general de la cooperativa en un entorno financiero cada vez más competitivo. La investigación toca aspectos técnicos de la innovación y también tocará aspectos socioeconómicos para un crecimiento sostenido de la entidad financiera.

Problema de investigación

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., en su agencia de Tumbaco, cuenta con restricciones operativas respecto a la falta de actualización tecnológica. Debido a su dependencia total de cajeros automáticos, sus habilidades son demasiado limitadas para proporcionar servicios personalizados y complejos, donde la digitalización está a la orden del día. Esta carencia de integración de herramientas tecnológicas avanzadas acarrea ineficiencias como períodos de espera extensos e incremento en las quejas con respecto a la lentitud de los procedimientos aplicados por la empresa, teniendo consecuencias directas en la evaluación de la calidad del servicio y la lealtad de los clientes.

La falta de capacitación tecnológica en el personal agrava aún más la situación, ya que no poseen las habilidades necesarias para gestionar problemas de manera rápida y efectiva. La reducción en el número de trabajadores calificados, junto con una infraestructura tecnológica insuficiente, repercute de manera adversa en la calidad del servicio al cliente, lo que incrementa la insatisfacción, disminuyendo la competitividad de la cooperativa respecto a procesos modernizados

Resulta necesario e imperante que la cooperativa desarrolle un plan de mejora que incluya la adopción de plataformas en línea y la automatización de procesos. Incorporar tecnologías avanzadas traerá como ventajas el acortamiento de los tiempos de espera, mejoras en la atención al cliente y proveer de servicios que estén a la altura. Solo a través de estas

soluciones tecnológicas la cooperativa podrá enriquecer la experiencia de sus clientes, potenciando de manera significativa su competitividad y asegurará su presencia en un mercado que centra sus esfuerzos en la implementación de procesos más digitalizados.

Ante lo mencionado, la pregunta problemática queda establecida de la siguiente manera: ¿Cómo puede la implementación de tecnologías avanzadas en la agencia Tumbaco de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato optimizar la atención y servicio al cliente, mejorando la eficiencia operativa y la satisfacción de los socios?

Objetivo general

Diseñar el plan de mejora para optimización la atención y servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, mediante la implementación de las nuevas tecnologías de información con el fin de mejorar la eficiencia operativa.

Objetivos específicos

- Contextualizar los fundamentos teóricos sobre la optimización de la atención y servicio al cliente y el uso de nuevas tecnologías de la información.
- Diagnosticar el estado actual de la atención y servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, Agencia Tumbaco, a través de las técnicas de investigación.
- Diseñar las acciones de mejora basado en la implementación de nuevas TIC para mejorar la calidad de la interacción con los clientes.
- Valorar con criterio de especialistas la propuesta de la presente investigación.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos

La vinculación con la sociedad es necesaria para poder establecer un plan de mejora en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda., ya que, optimizando la atención al cliente a través de nuevas tecnologías, genera lazos más fuertes con la comunidad y sus clientes. Este influye de manera directa a los trabajadores, clientes actuales y potenciales, al considerarla eficiente y flexible.

Los trabajadores tendrán beneficios a través de este estudio debido a la incorporación de tecnologías que reduzca la carga de trabajo en tareas repetitivas, dando apertura a realizar actividad de mayor valor como la atención personalizada y la asesoría financiera focalizada.

La tecnología facilitará a los clientes el acceso a servicios financieros donde quiera que se encuentren, mejorando la agilidad y personalización del servicio. Asimismo, los clientes

externos, que no forman parte de la entidad, pernoctarán un sistema modernizado, capaz de atender sus necesidades con mayor eficiencia. Por último, se implementarán programas de formación tecnológica para empleados, mejorando procesos internos y elevando la satisfacción del cliente mediante un servicio más rápido y efectivo. El desarrollo de productos tecnológicos específicos, como aplicaciones móviles y plataformas en línea, abre una brecha a la cooperativa para ofrecer servicios financieros más accesibles y promover la inclusión financiera.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 Contextualización general del estado del arte

Gestión organizacional

La gestión organizacional hace mención a las acciones coordinadas que garantizan la eficiencia de una institución en base a los objetivos planteados. Según Bello (2023), "la flexibilidad organizacional en conjunto con buenas prácticas y de gestión ágil pueden mejorar la adaptación a la exigencia de innovación del mercado (p. 14). Por su parte, Cuta (2023) señala que los elementos digitales aportan en mejoras de todos los productos y servicios en la gestión organizacional (p. 112).

Salvador (2023) analiza que al gestionar de manera proactiva los cambios ayuda en que haya una cohesión entre las estrategias organizacionales y las expectativas de los empleados, traduciéndose en un entorno de trabajo más cohesivo y productivo (p. 9). El papel de la sostenibilidad en la gestión organizacional aparte de cumplir las demandas sociales actuales, dan ventajas organizacionales a largo plazo. Finalmente, Soleibe et al., (2024) examinan cómo el liderazgo transformacional ayuda en sobremanera en la organización mediante la inspiración y motivación de los empleados a través de incentivos (p. 12).

Dirección tecnológica

La dirección tecnológica está basada en la planificación, implementación y gestión de los recursos tecnológicos y la infraestructura en la búsqueda de cumplir objetivos estratégicos organizacionales. Esta disciplina es el eje central para la innovación, eficiencia y competitividad empresarial (De Vries y Zhang, 2020, p. 275).

Investigaciones recientes hacen hincapié en la gestión de la innovación en la dirección tecnológica, poniendo por delante la necesidad de una dirección proactiva para facilitar la transferencia de conocimientos respecto a la tecnología y obtener ventajas ante otras organizaciones (Sánchez y Brown, 2023). Por ende, la dirección tecnológica es un punto clave en la agilidad empresarial, permitiendo a las organizaciones entrar en un proceso de adaptabilidad no tan complejo (Cisneros & Romero, 2024, p. 74).

La cohesión estratégica entre la dirección tecnológica y la estrategia corporativa es de carácter disruptivo para la integración de la tecnología en los procesos de negocio y el éxito de las iniciativas estratégicas. Adicional a esto, la gestión de riesgos tecnológicos tiene gran influencia en la estabilidad y rendimiento organizacional (Fernández et al., 2021, p. 32). Basado

en la transformación digital, la dirección tecnológica debe enfocarse en la implementación de mejores prácticas para "mejorar la eficiencia operativa y fomentar la innovación a través de la adopción de tecnologías emergentes" (Bader, 2024).

Instrumentos de la tecnología

Los instrumentos tecnológicos dan lugar a otra connotación en aspectos de realizar tareas, procesar datos y tomar decisiones en diversos ámbitos (Meuter et al., 2023). Partiendo de los sistemas de automatización avanzada en la industria hasta plataformas de aprendizaje educativas online, estos han demostrado ser piezas claves en la innovación y toma de decisiones estratégicas (De La Cruz-Campos et al., 2022, p. 51).

En el ámbito empresarial, herramientas que realizan análisis de datos en conjunto con inteligencia artificial representan un antes y un después en las organizaciones para el procesamiento de información. En el ámbito educativo, las plataformas de aprendizaje en línea y las aplicaciones educativas digitales marcan un hito en los procesos de enseñanza-aprendizaje. En la gestión de proyectos, las plataformas de gestión de proyectos y las aplicaciones colaborativas mejoran la coordinación de actividades. En la gestión de la cadena de suministro, el uso de tecnologías emergentes como el blockchain y el Internet de las Cosas (IoT) están proporcionando una trazabilidad y eficiencia en sus operaciones logísticas (Giler et al., 2024, p. 5).

Clasificación de las herramientas tecnológicas

Las herramientas tecnológicas contemporáneas están divididas en: tangibles, como el hardware, e intangibles, incluyendo software, aplicaciones y plataformas digitales. Ambas categorías son asociadas para el desarrollo de diversas actividades, desde la gestión empresarial hasta la educación (Prajapat, 2024, p. 79).

Aro (2024) analizaron cómo "la modernización del hardware ha mejorado la eficiencia operativa en las organizaciones" (p. 210). De igual manera se destaca la importancia del software de gestión empresarial y las plataformas de análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas. En el ámbito de la innovación, exploraron cómo "las herramientas intangibles facilitan la creación y adopción de nuevas tecnologías" (p. 89).

Plan de mejoras

El plan de mejoras es el eje central en los procesos de mejora continua y actúa como un elemento imprescindible en este método. Su desarrollo requiere de la participación activa de los líderes operativos y administrativos involucrados en dicho programa. Dentro de este plan debe estar incluido decisiones estratégicas destinadas a revolucionar los procesos internos de la organización, con la finalidad de elevar la percepción del servicio ofrecido. Adicional a esto, facilita la identificación de sectores críticos que requieren cambios, ayuda a monitorear las acciones que se han llevado a cabo y prevé medidas correctivas ante situaciones inesperadas (ANECA, 2021).

Entre los pasos que deben de seguirse para diseñar un plan de mejoras están descritos de la siguiente manera:

Evaluación de Áreas Críticas → Se realiza una revisión de los procedimientos actuales para identificación de fallas o áreas que requieren intervención.

Detección de Causas Fundamentales → Se basa en el estudio de los factores clave que provocan los problemas detectados de manera previa.

Establecimiento de Objetivos → Se fijan metas específicas y plausibles que orienten el proceso de optimización.

Selección de Medidas Correctivas → Aquí se hace el uso de las tácticas más efectivas para encontrar solución a las dificultades identificadas.

Creación del Plan de Acción → Aquí es necesario realizar un esquema con las responsabilidades asignadas, recursos con los que se cuenta y plazos preestablecidos.

Implementación del Seguimiento → Se utilizan indicadores y métodos de evaluación para obtener resultados medibles y ajustar estrategias acordes a estos requerimientos (Lay-De-León et al., 2022, pp. 2-3).

Tipos de Planes de Mejora

Hay tipos de planes de mejora que pueden ser implementados en los sistemas no solamente de atención al cliente sino en áreas operativas donde se requiera aplicar este tópico, el mismo que presenta los siguientes tipos:

- Plan Correctivo: Aborda problemas puntuales que impactan el rendimiento organizacional.
- Plan Preventivo: Se adelanta o prevé posibles fallas o ineficiencias en pro de evitar que se conviertan en problemas aún mayores.

- Plan de Innovación: Busca adoptar nuevas estrategias o tecnologías para el incremento de la eficiencia y competitividad en un área en específico de cualquier organización
- Plan de Optimización: Su funcionalidad es mejorar procesos ya existentes sin que esto repercuta en las operaciones habituales (Vega y Socarrás, 2020, p. 91).

Servicio al cliente

El servicio al cliente ha pasado de ser una función secundaria a ser la clave para el éxito empresarial. Según Meuter et al., (2023), si hay una experiencia de la cliente positiva, esto diferencia a la organización de las demás en el mercado, debido a la percepción que tiene, influyendo en el rendimiento financiero de la organización" (p. 45).

La integración de tecnologías como chatbots y sistemas de atención automatizada se ha vuelto habitual actualmente, mejorando los procesos operativos en una empresa. Meuter et al., (2023) menciona que, con ello, se resalta la personalización de la experiencia del cliente, facilitada por el análisis de datos y la inteligencia artificial, lo que afecta de manera directa la lealtad y la percepción que tenga el cliente de la organización. De la misma manera, Bakkouri et al., (2022) describe que una estrategia de servicio al cliente, bien diseñada, hace que el cliente se sienta satisfecho y pueda mencionar a más personas el grado de compromiso que tiene la empresa en el aspecto del servicio al cliente (p. 89).

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente no está determinante exclusivamente en el aspecto de cumplir expectativas mínimas, sino que también a ofrecer experiencias que sorprendan y resulten agradables (Cardenas, 2019). Por ello, la relación empresa-cliente debe basarse en la confianza y satisfacción, ya que un cliente bien atendido tiene más probabilidades de regresar y desarrollar lealtad a largo plazo (Bakkouri et al., 2022). Esta lealtad se construye con el tiempo, a través de un servicio excelente, buena atención y la capacidad de adaptarse a sus necesidades cambiantes (Espinoza y Chinchay, 2021).

Generar satisfacción va de la mano con la calidad del servicio, que abarca aspectos como la velocidad, la cortesía, la efectividad y la disponibilidad, elementos que son muy apreciados por los clientes. Cuando una empresa o cooperativa proporciona un servicio eficaz, cordial y accesible, las posibilidades de que los clientes queden satisfechos crecen notablemente (Cervantes et al., 2020). Asimismo, la creatividad en los métodos y procedimientos de atención, la incorporación de tecnología y la continua mejora del capital humano son cruciales para preservar los niveles de calidad en el servicio.

Valor del cliente

Se refiere a la percepción que tiene el cliente sobre los beneficios recibidos en base a los costos asumidos. Cabe considerar que influye de manera directa en la satisfacción y lealtad del cliente lo que va de la mano con la rentabilidad del negocio. Factores como servicio de calidad y asesoría precisa ayudan a aumentar la percepción del cliente (Grewal et al., 2021).

Fidelización del cliente

La satisfacción del cliente está intrínseca en la gestión de servicios, influyendo directamente en la fidelización y la rentabilidad a largo plazo de las organizaciones. Clientes satisfechos tienen mayor probabilidad de realizar compras repetidas y recomendar la empresa, actuando como verdaderos embajadores de la marca (Bello, 2023, p. 7).

Eficiencia operativa y competitividad

En este punto se menciona la relación positiva entre la efectividad operativa y el rendimiento financiero. De Vries y Zhang (2020) indican que la efectividad operativa es el punto central en la industria bancaria (p. 58), mientras que Collaguazo (2020) propone que estos son elementos clave para alcanzar objetivos organizacionales por medio del uso eficiente de los recursos que se tengan al alcance de la mano.

Briones-Juarez et al., (2020) señalan que las organizaciones que llevan una buena gestión operativa son capaces de reducir costos y mejorar sus servicios en todo sentido, por eso la automatización y análisis de datos son imprescindibles en la actualidad, para poder posicionarse en el mercado.

Tecnologías de la información en servicio al cliente

Herramientas como los sistemas CRM, aplicaciones móviles, plataformas de autoservicio y análisis de datos son algunos de los elementos que son usados en la actualidad como métodos vanguardistas. Los sistemas CRM recopilan y analizan datos de los clientes, personalizando las comunicaciones y anticipando sus necesidades (Prajapat, 2024, p. 80). Las aplicaciones móviles y plataformas de autoservicio dan acceso a información y servicios en tiempo real (Sang-Hyun y Hyun-Sun, 2022, p. 135).

Basados en la transformacional digital, el sector bancario ha asumido el reto de incorporar tecnologías centradas en la atención al cliente. Las entidades financieras han adoptado soluciones Fintech como una respuesta innovadora a los desafíos del entorno,

transformando la forma en que gestionan la relación con sus usuarios (Yataco et al., 2024, p. 878).

De acuerdo con Bakkouri et al., (2022) los chatbots y la inteligencia artificial reducen en gran manera los tiempos de respuesta, aunque debería equilibrarse la automatización con la interacción humana (p. 435). Las plataformas de autoservicio son útiles y de gran ayuda para los clientes al permitirles resolver problemas por sí mismos, pero es necesario ofrecer soporte adicional cuando sea necesario (Ijomah et al., 2024, p. 16).

Seguridad de la información y protección de datos en sistemas digitales aplicados en servicios financieros

La protección de datos y la seguridad de la información han marcado un hito en el ámbito de los servicios financieros digitales, dado que las entidades gestionan grandes cantidades de datos sensibles. Aunque la digitalización ha facilitado la operatividad y el acceso a productos financieros, también ha dado paso a nuevos retos en la salvaguarda de datos personales y financieros, convirtiendo la seguridad en una prioridad importante (Barahona-Martinez et al., 2024, p. 50). Es por ello que, la protección de datos es imperantes para el fortalecimiento de aspectos como el cifrado, políticas de acceso restringido y el respeto a normativas globales tales como el GDPR (Reglamento General de Protección de Datos) o la CCPA (Ley de Protección de la Privacidad del Consumidor) (Gestal et al., 2024).

La tecnología presenta avances significativos a través de herramientas como el cifrado de extremo a extremo, la autenticación multifactorial, los firewalls, los antivirus y los sistemas de detección de intrusiones (Gudiño et al., 2024, p. 6). Sin embargo, la capacitación continua del personal presenta igual una alta relevancia con respecto a detectar amenazas como el phishing y el malware. También, los sistemas deben contar con protocolos bien definidos para la gestión de incidentes, que incluyan la notificación oportuna a los usuarios y la rectificación de vulnerabilidades, así como respaldos que faciliten la recuperación de datos en caso de pérdida o ataque (Villacís, 2024, p. 18).

1.2. Proceso Investigativo metodológico

Enfoque de la Investigación

En este trabajo de investigación, llevado a cabo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, sucursal Tumbaco, se aplicó una metodología mixta, cohesionando técnicas cualitativas con cuantitativas para evaluar el plan de optimización en la atención y el servicio al cliente

mediante la utilización de tecnologías de la información. La razón para escoger este enfoque radicó en su capacidad para abordar el problema de manera integral: los métodos cuantitativos proporcionaron datos concretos y objetivos que facilitan la detección variaciones entre variables específicas; mientras que los métodos cualitativos permitieron profundizar en las percepciones, experiencias y expectativas tanto del personal como de los usuarios. Integrandos ambas ayudan a tener una comprensión más amplia del fenómeno analizado.

Modalidad de Investigación

La modalidad que se determinó para esta investigación es la investigación aplicada tiene como finalidad resolver problemas específicos y prácticos. En este caso, se centró en identificar áreas de mejora dentro de la gestión de servicios y atención al cliente, con la finalidad de desarrollar e implementar estrategias que optimicen la eficiencia operativa por medio del uso de tecnologías financieras de vanguardia direccionados a la satisfacción del cliente. A diferencia de la investigación teórica, la investigación aplicada busca resultados concretos que puedan aplicarse de manera inmediata.

Tipo de Investigación

Se empleó una investigación de campo y documental. La investigación documental se utilizó para analizar e interpretar los puntos de vista de diferentes autores, así como también estudios previos y normativas del sector cooperativo, mientras que la investigación de campo consistió en recolectar datos directamente de los usuarios que forman parte del sistema de la cooperativa.

Población y Muestra

Población. El estudio tuvo como población a 1000 clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato que interactúan de forma regular con la Agencia Tumbaco. Estos usuarios, registrados en las bases de datos internas de la cooperativa, fueron considerados clientes activos durante el año 2023 y constituyen una fuente clave para evaluar la calidad del servicio al cliente y la eficiencia operativa de dicha agencia.

Muestra. Se llevó a cabo un muestreo probabilístico aleatorio para establecer el tamaño de la muestra, empleando el enfoque de muestreo simple en una población limitada. Este muestreo fue seleccionado por su connotación, que es de asegurar que cada individuo de la población tenga igual oportunidad de formar parte del análisis, facilitando la obtención de

resultados que sean representativos y aplicables a una mayor escala. La determinación del tamaño de la muestra se efectuó mediante la siguiente ecuación:

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

Donde

n = Tamaño de la población=1000

Z = Nivel de confianza=95%= 1.96

P = Proporción real estimada de éxito=50 %=0.5

Q = Proporción real estimada de fracaso=50 %=0.5

e = Margen de error=5%=0,05

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50) \cdot (1000)}{(1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50) + (1000) \cdot (0.05)^2}$$
$$n = \frac{960.4}{3.46}$$
$$n = 277.46 \approx 277$$

De esta manera se obtuvo un resultado de 277, es decir, es el número de encuestados necesarias que se ejecutó para lograr datos valederos del mercado objetivo, en relación con el desarrollo del estudio.

Métodos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

Fueron implementadas dos técnicas para recopilación de información: a modo cuantitativo se aplicó una encuesta con 14 preguntas cerradas, 3 de ellas de aspectos generales y demográficos y las restantes que permitieron medir la satisfacción y el uso de los servicios. La encuesta estuvo basada en el uso de la tecnología, satisfacción y eficiencia, implementación y uso de tecnología.

A modo cualitativo se aplicó una entrevista semiestructurada y grupos focales para comprender las experiencias y percepciones subjetivas sobre los servicios brindados. Estos estuvieron relacionados con la atención en ventanilla, sistemas de gestión y el tema de comunicación con los clientes.

Análisis de datos

Todos los resultados fueron procesados a través de Excel las tablas que fueron aplicadas para las entrevistas y gráficos tipo pastel con los valores porcentuales correspondientes a cada

pregunta de la encuesta, para posteriormente realizar el análisis de los resultados en cada uno de los casos.

1.3. Análisis de resultados

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, con su expansión constante y enfoque en la mejora del servicio al cliente, ha identificado la necesidad de optimizar sus procesos de atención mediante la implementación de nuevas tecnologías de la información (TIC). Este estudio de caso se centra en la agencia Tumbaco y explora las oportunidades para integrar TIC avanzadas que mejoren la atención y el servicio al cliente.

La Agencia Tumbaco, una de las oficinas más recientes de la cooperativa, ha experimentado un crecimiento significativo en su base de clientes desde su apertura. La agencia ofrece una variedad de servicios financieros, incluyendo préstamos, ahorro e inversiones. Sin embargo, se enfrenta a desafíos relacionados con la eficiencia en el servicio, la gestión de la información del cliente y la satisfacción general y también respecto a los desafíos relacionados con el tiempo que tiene que esperar el cliente y la eficiencia en el acceso a su información.

Análisis de Resultados de la Entrevista

Tabla 1

Entrevista Respecto a Procesos actuales de atención al cliente

Entrevistas	Conclusiones
Atención en ventanilla:	Los clientes realizan transacciones y consultas en ventanillas, lo que puede resultar en tiempos de espera prolongados durante las horas pico.
Comunicación:	La comunicación con los clientes se realiza principalmente a través de canales tradicionales como teléfono y correo electrónico.
Sistema de gestión:	La información del cliente se gestiona mediante sistemas internos que no están completamente integrados, lo que puede llevar a redundancias y errores.

Nota. Elaborado por el autor

Análisis. - Se destacan tres elementos fundamentales que afectan la experiencia del cliente en la Agencia Tumbaco de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato. En primer lugar, el servicio en ventanilla sufre de largos tiempos de espera durante las horas más concurridas, lo que trae descontento en los clientes. En segundo lugar, la interacción con los usuarios sigue

dependiendo de medios convencionales como el teléfono y el correo electrónico, evitando la fluidez en la atención. Finalmente, el sistema de administración de datos del cliente no se encuentra completamente unificado, lo que acarrea como consecuencia la duplicidad de información y fallos en los procesos.

Tabla 2

Entrevista Respecto a Desafíos identificados

Entrevistas	Conclusiones
<i>Tiempo de espera</i>	Largos tiempos de espera para atención en ventanilla.
<i>Acceso a información</i>	Acceso limitado a la información del cliente y a los servicios en línea.
<i>Satisfacción del cliente</i>	La necesidad de mejorar la satisfacción del cliente mediante una atención más personalizada y eficiente.

Nota. Conclusiones respecto a las entrevistas realizadas. Elaborado por el autor

Análisis. - Los extensos períodos de espera en las ventanillas tienen un efecto adverso en la experiencia del usuario. Por otro lado, el acceso restringido a la información del cliente y a los servicios en línea limita la independencia del usuario y prolonga los trámites. Por último, hubo una disminución en la satisfacción del cliente, promoviendo la necesidad inmediata de poner en marcha mejoras que favorezcan una atención más personalizada, eficiente y apoyada por herramientas digitales que perfeccionen la gestión de información y el servicio brindado.

Análisis general de la entrevista

Se pudo pernoctar deficiencias en diversas áreas fundamentales que impactan la calidad del servicio al cliente en la Agencia Tumbaco. En primer lugar, las esperas prolongadas en la ventanilla se presentan como un problema constante que provoca frustración en los usuarios. Asimismo, la carencia de acceso a la información del cliente que conlleva a la dependencia de métodos tradicionales como el teléfono y el correo electrónico restringen la eficiencia y personalización en la atención. La combinación de estos elementos resalta una necesidad latente de mejorar la integración de sistemas, reducir los tiempos de espera y ofrecer un servicio más individualizado para elevar la satisfacción del cliente y optimizar la operatividad.

Análisis de los resultados de la encuesta

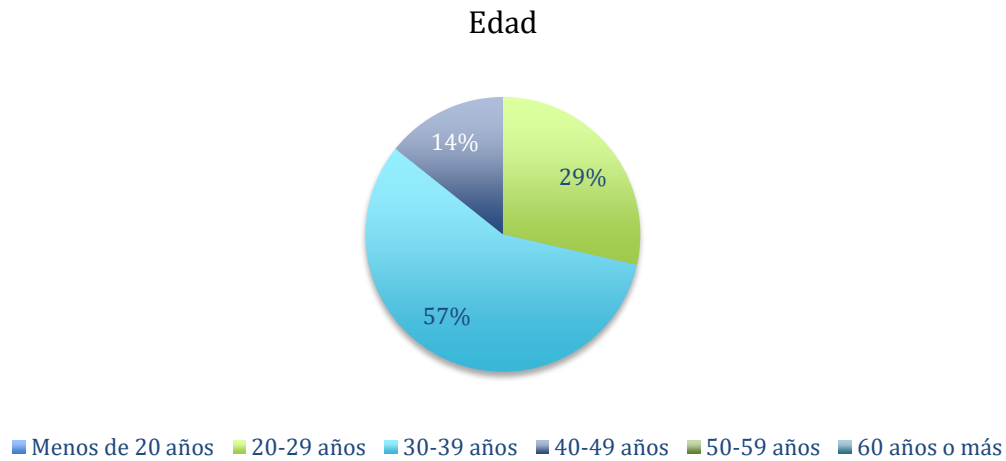
En breve, se procede a presentar los resultados conseguidos tras la ejecución del instrumento de la entrevista de acuerdo con la muestra y personal descrito en el apartado de

Población y Muestra, para ello, se inicia con la interpretación de los datos demográficos, seguidamente con las preguntas enfocadas en el uso de la tecnología, sobre la satisfacción y eficiencia, finalmente, y no menos importante en base a la implementación y uso de tecnología.

Bloque 1. Datos demográficos

Figura 1

Edad de los encuestados

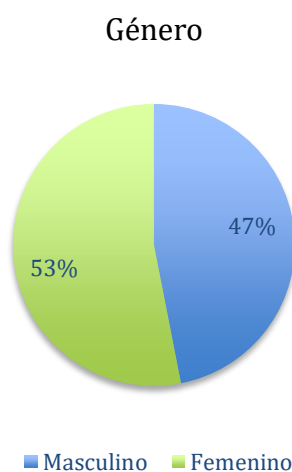


Fuente: Elaboración propia

Análisis. - La tendencia de edad se centra en el rango de 30 a 39 años con el 57% siendo un porcentaje notable en toda la población.

Figura 2

Género de los encuestados

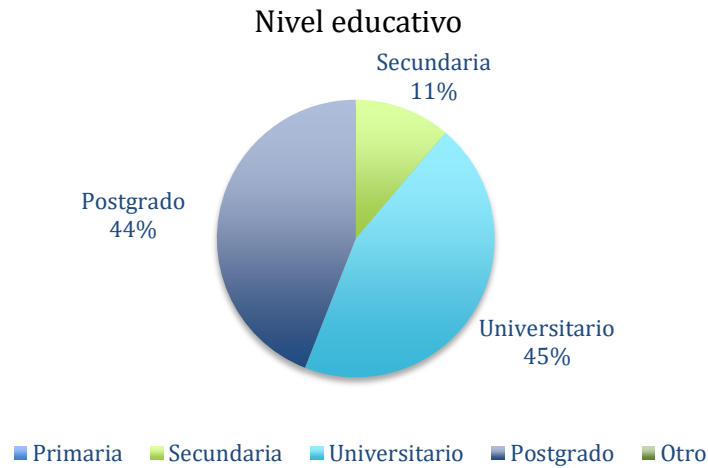


Nota. Elaboración propia

Análisis. - Los datos muestran una disparidad en la participación, con un valor de 53% para género "femenino" y 47% para "masculino", lo cual indica una mayoría femenina.

Figura 3

Nivel de educación de los encuestados



Nota. Elaboración propia

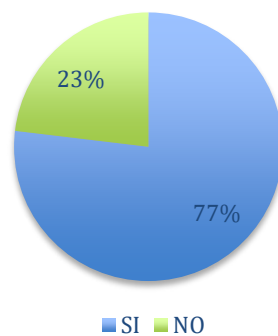
Análisis. - Los valores en "Nivel educativo" varían lo que sugiere una distribución amplia de niveles educativos entre los encuestados. La tendencia se centra en nivel educativo de tercer y cuarto nivel, con el 45% y 44% respectivamente.

Bloque 2. Percepción sobre el uso de tecnologías

Figura 4

Utilización de equipos tecnológicos

¿Está de acuerdo con la utilización de equipos tecnológicos para la atención al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, Agencia Tumbaco?



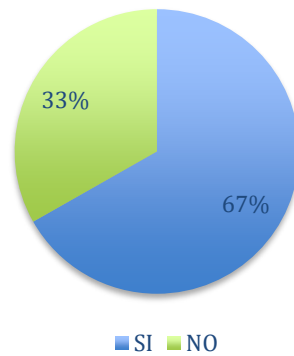
Nota. Elaboración propia

Análisis. - La mayoría con 77% que es una cifra significativa está de acuerdo con la utilización de equipos tecnológicos en la atención al cliente, lo cual refleja una fuerte aceptación de las nuevas tecnologías.

Figura 5

Trámites desde el hogar

¿Le gustaría poder realizar trámites desde la comodidad de su casa utilizando herramientas tecnológicas?



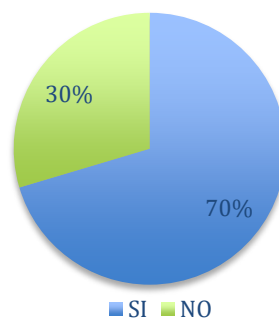
Nota. Elaboración propia

Análisis. - Un alto número de encuestados 67% muestra interés en realizar trámites desde la comodidad de su hogar usando tecnologías, lo que indica una demanda por soluciones digitales que permitan mayor comodidad.

Figura 6

Evaluación utilidad de una aplicación móvil

¿Considera útil tener una aplicación móvil de la Cooperativa en su teléfono para gestionar sus cuentas y realizar trámites?



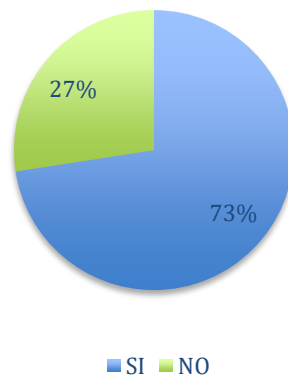
Nota. Elaboración propia

Análisis. - La mayoría 70% considera útil tener una aplicación móvil para gestionar cuentas y realizar trámites, sugiriendo que la implementación de una aplicación podría ser bien recibida.

Figura 7

Disponibilidad de solicitud créditos

¿Estaría dispuesto a solicitar créditos y otros servicios financieros de manera digital?



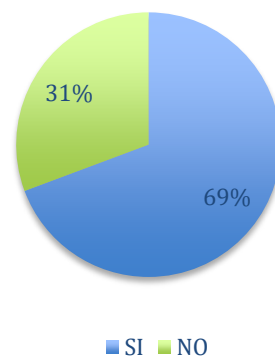
Nota. Elaboración propia

Análisis. - Hay una disposición considerable 73% a solicitar créditos y otros servicios de manera digital, lo cual indica un cambio hacia la digitalización en las preferencias de los clientes.

Figura 8

Uso de una aplicación para mejora atención cliente

¿Le parece conveniente la implementación de la aplicación Ambavirtual para mejorar la atención al cliente?



Nota. Elaboración propia

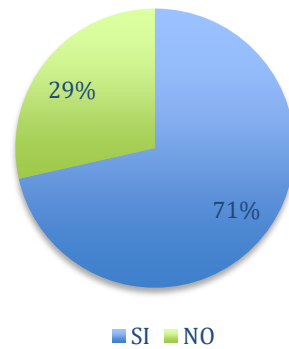
Análisis. - La implementación de la aplicación "Ambavirtual" es vista como conveniente por 69% encuestados, lo que muestra un apoyo sólido a esta tecnología específica.

Bloque 3. Evaluación de Satisfacción y Eficiencia

Figura 9

Evaluación tiempos de espera de atención

¿Está satisfecho con los tiempos de espera actuales para ser atendido en la Cooperativa?



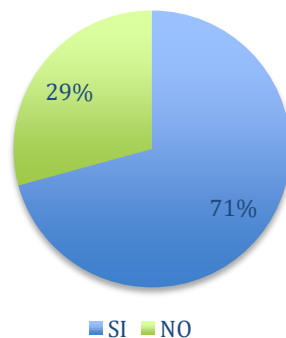
Nota. Elaboración propia

Análisis. - La satisfacción con los tiempos de espera actuales es baja, creen que la tecnología podría mejorar estos tiempos, lo que sugiere que los clientes experimentan frustración con el servicio actual.

Figura 10

Implementación nuevas tecnologías

¿Cree que la implementación de nuevas tecnologías reduciría los tiempos de espera y mejoraría la eficiencia del servicio?



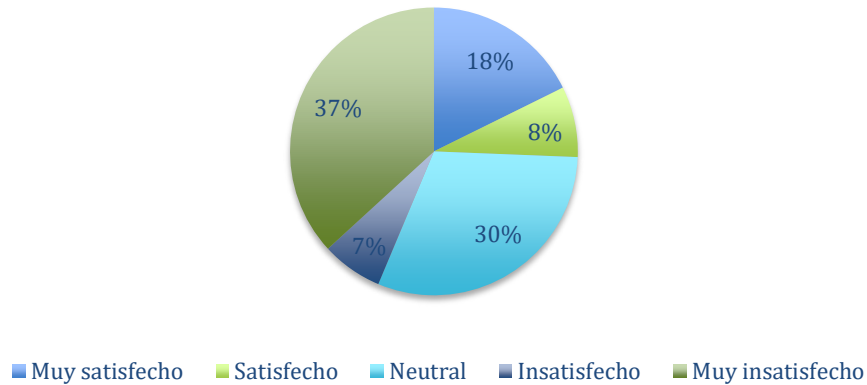
Nota. Elaboración propia

Análisis. - Según los resultados, se cree que la tecnología podría mejorar estos tiempos, lo que sugiere que los clientes experimentan frustración con el servicio actual.

Figura 11

Satisfacción cliente

¿Qué tan satisfecho está con el servicio al cliente actual de la Cooperativa?



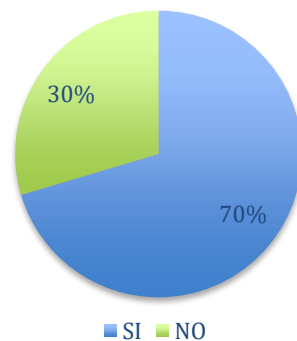
Nota. Elaboración propia

Análisis. - La satisfacción en cuanto al servicio al cliente es baja con el 18% y en conjunto con muy satisfecho no llegan a un porcentaje considerable, en cambio la insatisfacción sí marca más del 40%, lo que sugiere que los clientes experimentan frustración con el servicio actual.

Figura 12

Evaluación personal de la Cooperativa

¿Considera que el personal de la Cooperativa está bien capacitado para utilizar nuevas tecnologías en la atención al cliente?



Nota. Elaboración propia

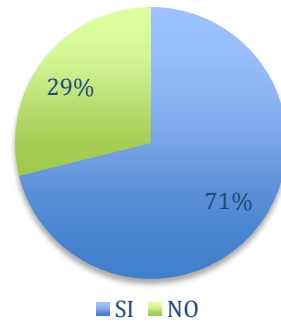
Aunque la mayoría parece estar satisfecha con la capacitación del personal en tecnologías, en un 30% sigue existiendo una minoría que percibe una falta de formación en cuanto al uso de las tecnologías implementadas, lo que indica que es importante considerar la capacitación y mejora continua.

Bloque 4. implementación y uso de tecnología

Figura 13

Participación programas de capacitación

¿Estaría dispuesto a participar en programas de capacitación sobre el uso de nuevas tecnologías proporcionados por la Cooperativa?



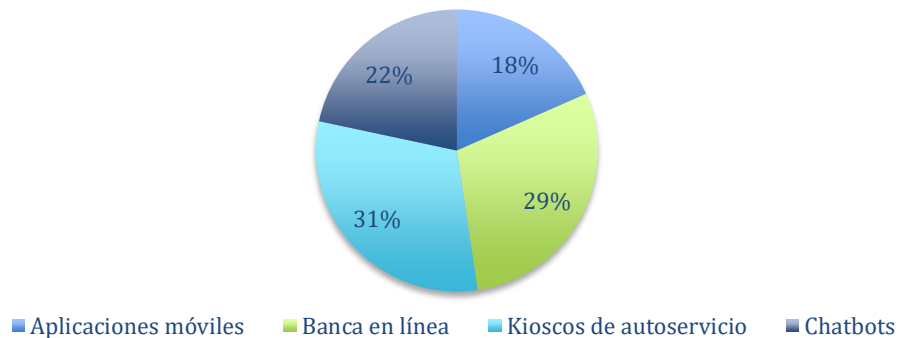
Nota. Elaboración propia

Un número significativo de personas 71% estaría dispuesto a participar en programas de capacitación, lo que podría ser una oportunidad para mejorar la adopción de nuevas tecnologías.

Figura 14

Tipo de tecnología a implementar

¿Qué tipo de tecnología le gustaría que la Cooperativa implementara para mejorar la atención al cliente? (Puede seleccionar más de una opción)



Nota. Elaboración propia

Análisis. - La tendencia se inclina a kioscos y autoservicio como el bien conocido “Mi vecino” y “Banco del Barrio” Además de Banca en línea, y la asistente virtual o Chatbots tienen gran acogida.

Comentarios adicionales

Tabla 3

Comentarios o sugerencias

¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre cómo la Cooperativa podría mejorar su atención al cliente mediante el uso de tecnologías?

COMENTARIO O SUGERENCIA

Mejorar procesos para realizar transacciones, consultas y gestiones desde cualquier lugar, en cualquier momento.

Atención inmediata a consultas frecuentes y la resolución de problemas básicos, disminuyendo la carga de trabajo del personal y reduciendo los tiempos de espera.

Asesoría en la solicitud de préstamos, la apertura de cuentas y la gestión de pagos.

Páginas o servicios en línea que incluyan notificaciones en tiempo real, acceso rápido a estados de cuenta, pagos automáticos y alertas personalizadas.

Mejorar la capacidad de atención y resolvería problemas más rápidamente, garantizando una experiencia positiva para el cliente.

Reduciendo los tiempos de espera y mejorando la organización de la atención en la sucursal.

Crear mecanismos que permitiría identificar áreas de mejora y ajustar los servicios de manera ágil según las necesidades

Nota. Elaboración propia

Esto describe una fuerte inclinación hacia la adopción de tecnologías para mejorar la atención al cliente, con una clara demanda de soluciones digitales como aplicaciones móviles. Sin embargo, persiste cierta insatisfacción con los tiempos de espera actuales y una percepción de que la capacitación del personal podría mejorar. La Cooperativa tiene la oportunidad de capitalizar este interés en la digitalización para optimizar sus servicios y aumentar la satisfacción de sus clientes.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1. Fundamentos teóricos aplicados

Gestión de la Calidad Total (GCT)

La Gestión de la Calidad Total (GCT) centra su estudio en la mejora continua en todos los niveles organizacionales, de índole compartida, resultando ser la clave para mejorar la satisfacción al cliente y la eficiencia operativa en conjunto, siendo un indicador clave para la optimización de procesos internos y la reducción de costos (Pingo et al., 2020, p. 78).

Al hablar de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, la aplicación de GCT garantiza de manera unánime que cada empleado esté comprometido con la mejora continua. Esto, direccionado hacia la atención eficaz al cliente. La integración de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) bajo el marco de GCT permitirá a la cooperativa tener una mejor eficiencia operativa, ya que la tecnología va de la mano con brindar un mejor servicio en todas sus áreas de servicio.

Innovación Disruptiva

El concepto de Innovación Disruptiva ha experimentado un refinamiento específico actualmente, haciendo hincapié en la transformación digital. Este concepto describe cómo las tecnologías emergentes pueden desestabilizar los modelos de negocio tradicionales, ofreciendo soluciones más accesibles. En el sector financiero, la innovación disruptiva crea un entorno favorable para que las instituciones se mantengan competitivas en un entorno fluctuante

La adopción de nuevas tecnologías, como plataformas digitales de atención al cliente, brindan beneficios en procesos internos, lo que se traduce en mejoras de la experiencia del usuario. En el caso de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, la introducción de la plataforma "Ambavirtual" es un ejemplo claro de cómo la innovación disruptiva puede modernizar los servicios, manteniéndolo en un nivel aceptable en el mercado que cada día digitaliza más sus procesos de atención en diferentes escalas.

Ciclo de Mejora Continua (PDCA)

El Ciclo de Mejora Continua (PDCA), también conocido como el ciclo de Deming, sigue siendo un modelo central para gestionar y mejorar procesos dentro de las organizaciones. Este ciclo, compuesto por las fases de Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, proporciona un marco estructurado para la implementación de mejoras continuas. El PDCA es especialmente relevante

en la era digital, donde la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno y las expectativas de los clientes es fundamental para mantener la competitividad.

Cabe mencionar que el ciclo PDCA es el eje central para la mejora operativa y fomenta una cultura de aprendizaje continuo dentro de la organización, donde los errores son vistos como oportunidades para mejorar. En la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, el ciclo PDCA se caracterizará en aspectos como monitorear y ajustar las estrategias implementadas, especialmente en lo que respecta a la plataforma "Ambavirtual."(Soleibe et al., 2024).

Aplicación de los Fundamentos Teóricos en la Propuesta

La GCT asegura que todos los aspectos del servicio al cliente se aborden de manera integral, involucrando a todos los niveles de la organización en el proceso de mejora. La Innovación Disruptiva aborda en gran manera y recomienda el uso de las TIC para modernizar los servicios financieros. Finalmente, el Ciclo de Deming (PDCA) ofrece una metodología estructurada para la implementación y ajuste continuo de las mejoras, asegurando el direccionamiento correcto de los objetivos estratégicos de la cooperativa, y también que estos se encuentren adaptado a las necesidades de los usuarios.

Tecnologías de la información (TI) para el servicio al cliente

Las TI hacen referencia a herramientas tecnológicas y sistemas que permiten recolectar, analizar, almacenar y transferir datos de un sitio a otro (Urbizagástegui, 2019).

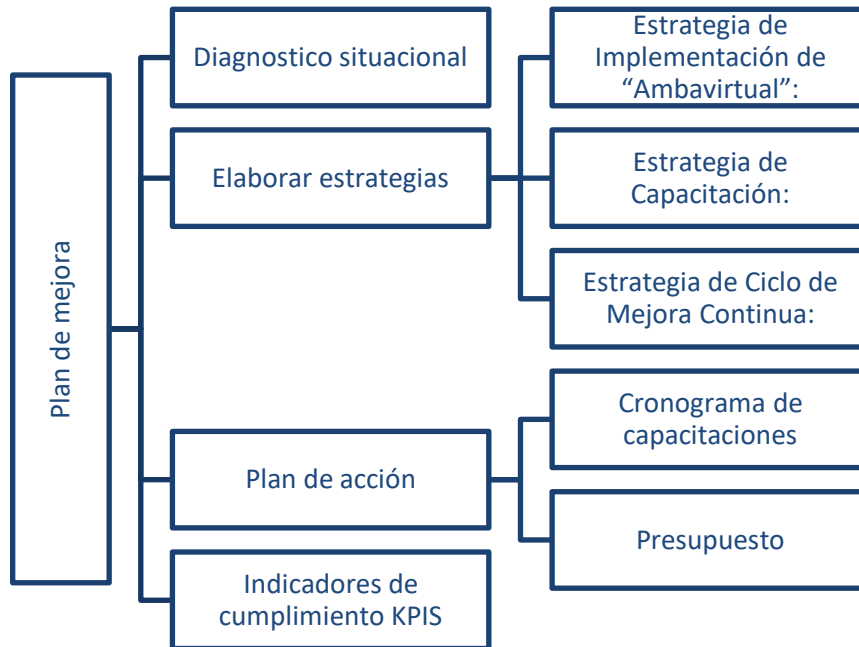
2.2. Descripción de la Propuesta

La propuesta de mejora para la optimización de la atención y servicio al cliente mediante tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, específicamente en la agencia Tumbaco, se centra en la implementación de la plataforma digital. Esta propuesta tiene como objetivo principal mejorar la eficiencia operativa, reducir tiempos de espera y ofrecer un servicio más personalizado y accesible a los clientes.

a. Estructura General

Figura 15

Estructura general del proyecto



Nota. Elaboración propia

b. Explicación del Aporte

El aporte que se realiza a través del plan de mejora para la optimización de la atención y servicio al cliente mediante nuevas tecnologías de la información en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato: estudio de caso en la agencia Tumbaco, es un plan que conlleva a solucionar la descoordinación en la atención al cliente que existe y que ayudará al cumplimiento la misión visión y objetivos propuestos por el plan macro de la empresa.

El diagnóstico de la situación actual del modelo de servicio al cliente el punto de partida, que ayudará a conocer las fortalezas y debilidades en el departamento para poder construir nuestro FODA y poder realizar estrategias que serán plasmadas en el plan y controladas a través de la reportería y evaluar los indicadores controlados a través de monitoreo y cronograma de seguimiento.

Diagnóstico de Procesos Actuales

Con el fin de realizar la identificación de problemas centrales en el área de atención al cliente, se hizo una revisión de manera interna basado en criterios clave como capacidad operativa, uso de tecnología, procesos, satisfacción del cliente, canales de comunicación e infraestructura. Planteando esto, se pudo ampliar el panorama en búsqueda de los puntos críticos que limitan la eficiencia del servicio y afectan la experiencia del usuario. A continuación, son detallados los problemas más relevantes respecto al presente estudio.

Tabla 4

Diagnóstico del Proceso Actual en Cooperativa Ambato

ÁMBITO EVALUADO	PROBLEMAS RELEVANTES IDENTIFICADOS
<i>Capacidad del Personal</i>	- Poco personal para atención acorde al volumen de consultas. - Déficit en temas de capacitación continua respecto a políticas, procedimientos y tecnologías.
<i>Tecnología y Herramientas</i>	- Infraestructura tecnológica ineficiente - Inexistencia de herramientas respecto a gestión y monitoreo. - No cuentan con plataformas de autoservicio ni soluciones digitales para optimizar tiempos.
<i>Procesos y Procedimientos</i>	- Desconocimiento general de procesos documentados. - Falta de procedimientos de escalamiento. - Tiempos de respuesta inadecuados y ausencia de métricas de desempeño.
<i>Satisfacción del Cliente</i>	- Clientes poco satisfechos con los tiempos de atención. - Escasa retroalimentación estructurada. - Alta reincidencia de reclamos.
<i>Comunicación y Canales</i>	- Registros de atención incompletos. - Falta de confirmación al cliente sobre la recepción y seguimiento de su consulta.
<i>Infraestructura</i>	- Espacios físicos limitados y ambientes propenso a problemas ergonómicos - Ausencia de soporte técnico inmediato ante fallos tecnológicos.

Nota. Elaboración propia

Para comprender un poco más respecto a la situación actual en la empresa, se estableció un checklist donde se muestran con qué capacidades cuenta el personal, qué tecnologías que procesos se siguen y respecto a satisfacción al cliente, entre otras cosas que quedan descritas en la Tabla 5.

Tabla 5

Checklist de Diagnóstico del Departamento de Atención al Cliente

Capacidad del Personal	SI	NO
¿El departamento cuenta con suficiente personal para manejar el volumen de consultas diarias?	X	
¿El personal está bien capacitado en las políticas y procedimientos de la cooperativa?		X

¿El personal recibe capacitación continua sobre nuevas tecnologías?		X
¿El personal tiene habilidades de comunicación efectivas para manejar a los clientes?	X	
Tecnología y Herramientas		
¿El departamento cuenta con tecnología actualizada para atender a los clientes?		X
¿Se utilizan herramientas tecnológicas para gestionar y monitorear las solicitudes de los clientes?		X
¿Existen plataformas virtuales (como una aplicación móvil) para facilitar el auto-servicio de los clientes?		X
¿Se han implementado soluciones digitales para reducir los tiempos de espera?		X
Procesos y Procedimientos		
¿Los procesos de atención al cliente están documentados y son conocidos por todo el personal?	X	
¿Existen procedimientos claros para escalar casos más complejos?	X	
¿Los tiempos de respuesta para las consultas y solicitudes están dentro de los estándares aceptables?	X	
¿Se utilizan métricas de desempeño para evaluar la eficiencia del departamento?	X	
Satisfacción del Cliente		
¿Los clientes expresan satisfacción con los tiempos de espera actuales?		X
¿Se realizan encuestas de satisfacción periódicamente para obtener retroalimentación de los clientes?	X	
¿La mayoría de los reclamos de los clientes son resueltos satisfactoriamente en un primer contacto?	X	
¿El índice de reclamos ha disminuido en el último año?	X	
Comunicación y Canales de Atención		
¿El departamento ofrece múltiples canales de atención (teléfono, correo, chat, redes sociales)?	X	
¿Se mantienen registros detallados de todas las interacciones con los clientes?		X
¿Los clientes reciben confirmación de que su consulta ha sido recibida y está en proceso?		X
¿La comunicación con los clientes es clara y efectiva?		
Infraestructura		
¿Las instalaciones del departamento son adecuadas para manejar el volumen de clientes?	X	

¿El entorno de trabajo es cómodo y propicio para una atención a la cliente efectiva?	X	
¿Hay un sistema de soporte técnico disponible para resolver rápidamente problemas tecnológicos?	X	

Nota. Elaboración propia

Análisis FODA. Al realizar la identificación de las falencias existentes en la Cooperativa, se da un paso más en el proceso de diagnóstico, ya que se plantea el análisis FODA, describiendo fortalezas como bases de socios sólidas, conocimientos del mercado local, entre otras fortalezas. Como debilidades y que es el punto central son las tecnologías obsoletas o el uso de métodos tradicionales. Las oportunidades en temas de desarrollo de programas de capacitación en tecnologías basadas en mejorar la atención al cliente. Las amenazas principales son las fluctuaciones existentes en las entidades financieras lo que las lleva a innovar y ponerse al día en temas de tecnología y mejora de procesos en atención al cliente. Todo lo mencionado queda propuesto en la Tabla 6.

Tabla 6

Análisis FODA para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, Agencia Tumbaco

Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
<p>Base de socios sólida: Una comunidad de socios leales y comprometidos puede ser una fuente de financiamiento y apoyo.</p> <p>Conocimiento del mercado local: Un profundo entendimiento de las necesidades y preferencias de la comunidad puede ofrecer productos y servicios más personalizados.</p> <p>Reputación y confianza: Una larga trayectoria y una sólida reputación pueden generar confianza en los socios y clientes potenciales.</p> <p>Valores cooperativos: Promulga enfoque humano y empático</p>	<p>Tecnología obsoleta: Sistemas informáticos antiguos pueden limitar la eficiencia operativa y la capacidad de ofrecer nuevos servicios.</p> <p>Capacitación limitada del personal: El personal puede no estar suficientemente capacitado para utilizar nuevas tecnologías o brindar un servicio de alta calidad.</p> <p>Procesos manuales: La dependencia de procesos manuales</p>	<p>Crecimiento del mercado financiero: El crecimiento económico y el aumento de la clase media pueden generar nuevas oportunidades de negocio.</p> <p>Desarrollo de nuevas tecnologías: ofrecen la posibilidad de mejorar la eficiencia operativa y ofrecer nuevos servicios a los clientes mediante canales digitales (chatbots, banca móvil, CRM)</p> <p>Alianzas estratégicas: Colaboraciones con</p>	<p>Competencia de bancos y otras cooperativas: La creciente competencia puede erosionar la base de clientes y reducir la rentabilidad.</p> <p>Cambios en la regulación financiera: Nuevas regulaciones pueden aumentar los costos operativos y limitar la capacidad de ofrecer ciertos productos.</p> <p>Riesgos tecnológicos: La dependencia de las tecnologías de la información expone a la cooperativa a</p>

<p>respecto a atención al cliente, favoreciendo la resolución de problemas a partir del sentido de pertenencia.</p>	<p>puede generar errores, retrasos y una menor eficiencia incurriendo en errores frecuentemente en la atención al cliente</p> <p>Falta de diversificación de productos: Una oferta de productos limitada puede reducir su capacidad de satisfacer diversas necesidades del cliente en un solo lugar.</p>	<p>otras empresas pueden permitir ampliar la oferta de productos y servicios con directrices de atención personalizada.</p> <p>Mayor conciencia sobre la importancia del ahorro: Una mayor educación financiera puede incentivar el ahorro y el uso de servicios financieros.</p>	<p>riesgos de seguridad cibernética, generando desconfianza en los clientes de los canales digitales</p> <p>Crisis económicas: Las fluctuaciones económicas pueden afectar la capacidad de pago de los clientes y la demanda de crédito.</p>
---	---	--	---

Nota. Elaboración del autor

Objetivos del Plan de Mejora

Objetivo General

- Mejorar la calidad y eficiencia del servicio de atención al cliente en la cooperativa, mediante implementación de tecnología moderna, capacitando al personal y estandarizando procesos, con la finalidad de incrementar la satisfacción de los clientes y mantener la competitividad en el mercado financiero.

Objetivos Específicos

- Implementar tecnologías de vanguardia y soluciones en digitalización que optimicen los tiempos de respuesta y ayuden en el autoservicio de los clientes.
- Integrar un programa de capacitación continua para el personal, centrado en habilidades comunicacionales, uso de tecnología de vanguardia y atención al cliente.
- Establecer mecanismos de medición y retroalimentación continua como los indicadores de desempeño KPI para monitorear la satisfacción del cliente.

Se estructura el desarrollo de cada uno de los objetivos con un paso a paso o actividades a realizar para el cumplimiento de los mismos, que herramientas entran en juego para el cumplimiento de los objetivos y se dará una explicación de la finalidad, todo descrito en la Tabla 7.

Tabla 7

Detalles de Desarrollo de los Objetivos Específicos

Objetivo Específico	Actividades a Realizar	Ejecución y Recursos	Finalidad
Implementar tecnologías de vanguardia en soluciones de digitalización	<ul style="list-style-type: none"> -Adquirir e instalar una plataforma de atención automatizada como Ambavirtual. -Integrar de CRM, firma digital y autoservicio web. 	<p><i>En fases:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Evaluación técnica (semana 1-2) -Adquisición (semana 3-4) -Configuración e integración (semana 5-8). <p><i>Responsables:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Departamento TI -Proveedor externo. <p><i>Herramientas:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -CRM -Sistemas web -Chatbot. 	Optimizar los tiempos de respuesta, mejorar la experiencia del cliente y reducir la carga operativa del personal.
Integrar un programa de capacitación continua para el personal	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar y ejecutar talleres sobre el uso de nuevas tecnologías, habilidades blandas y protocolos de atención. -Incluir simulaciones prácticas. 	<p>Semanas 3-12</p> <ul style="list-style-type: none"> -Modalidad presencial y virtual. <p><i>Responsables:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -RRHH -Supervisores de área -Soporte TI. <p><i>Herramientas:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Plataformas de formación -Guías básicas con lineamientos del programa 	Fortalecer competencias digitales y comunicacionales del personal para mejorar la atención al cliente.
Establecer mecanismos de medición y retroalimentación continua	<ul style="list-style-type: none"> -Diseñar e implementar los indicadores clave o KPIs. -Aplicar encuestas post-servicio. 	<p>A partir de la semana 9 en adelante.</p> <p><i>Responsables:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Departamento 	Monitorear la satisfacción del cliente, detectar áreas de mejora y tomar decisiones informadas.

	-Revisar mensualmente los reportes de desempeño.	los de	de Calidad, RRHH y TI. <i>Herramientas:</i> -Dashboards -Formularios digitales -CRM.	
--	--	--------	--	--

Nota. Elaboración del autor

Se establecieron los objetivos plan para mejorar la atención al cliente mediante la implementación de tecnologías innovadoras contemporáneas y un programa de capacitación para el personal. Lo que se busca es optimizar los tiempos de respuesta y mejorar la experiencia del cliente. Las actividades se encuentran distribuidas en 3 secciones: la implementación de una plataforma automatizada, la capacitación del personal en nuevas tecnologías y habilidades blandas, y el establecimiento de mecanismos que permitan medir y monitorear el desempeño con respecto a atención al cliente.

Cada objetivo operativo tiene sus respectivas actividades o también denominados objetivos tácticos, en este caso, la ejecución detallada en fases y responsables asignados, como el Departamento TI para la instalación de la plataforma automática y RRHH para manejar el tema de capacitaciones en los objetivos. Tomando en consideración también que, se mencionan los recursos como CRM, plataformas de formación y herramientas digitales que se utilizarán para apoyar la ejecución de las actividades. La finalidad de cada conjunto de actividades es clara: optimizar procesos, fortalecer competencias del personal y asegurar una evaluación constante de la satisfacción del cliente para tomar decisiones informadas.

Plan de acciones

Para el plan de acciones se ha establecido el análisis CAME en la Tabla 8 para poder determinar las acciones en base a corregir, adaptar, mantener y explotar de acuerdo al análisis FODA, ya que con él se realizó una revisión de cada uno de los aspectos que presentan deficiencias por lo que resulta esencial establecer acciones para mejorar los procesos de atención al cliente.

Tabla 8

Análisis CAME para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, Agencia Tumbaco

Corregir (Debilidades)	Adaptar (Amenazas)	Mantener (Fortalezas)	Explotar (Oportunidades)
<p><i>Debilidad:</i> Tecnología obsoleta. Acción: Implementar un plan de modernización tecnológica, incluyendo la adquisición de nuevos sistemas y software.</p> <p><i>Debilidad:</i> Capacitación limitada del personal. Acción: Diseñar e implementar programas de capacitación continua para el personal, enfocados en el uso de nuevas tecnologías y en la mejora de las habilidades de atención al cliente.</p> <p><i>Debilidad:</i> Procesos manuales. Acción: Automatizar los procesos lo más posible, utilizando herramientas tecnológicas como el CRM y la firma digital.</p>	<p><i>Amenaza:</i> Competencia de bancos y otras cooperativas. Acción: Diferenciar la oferta de productos y servicios, enfocándose en las necesidades específicas de los socios y ofreciendo una experiencia de cliente más personalizada.</p> <p><i>Amenaza:</i> Cambios en la regulación financiera. Acción: Mantenerse actualizado sobre los cambios regulatorios y adaptar los productos y servicios en consecuencia. Acción: Establecer un equipo de cumplimiento normativo para garantizar el cumplimiento de todas las regulaciones.</p> <p><i>Amenaza:</i> Riesgos tecnológicos. Acción: Implementar medidas de seguridad cibernética para proteger la información de los</p>	<p><i>Fortaleza:</i> Base de socios sólida. Acción: Fortalecer la relación con los socios a través de programas de fidelización y comunicación personalizada.</p> <p><i>Fortaleza:</i> Conocimiento del mercado local. Acción: Continuar realizando estudios de mercado para identificar nuevas oportunidades y adaptar la oferta de productos y servicios.</p> <p><i>Fortaleza:</i> Valores cooperativos. Acción: Promover los valores cooperativos a través de campañas de comunicación interna y externa.</p>	<p><i>Oportunidad:</i> Crecimiento del mercado financiero. Acción: Expandir la base de socios y ofrecer nuevos productos y servicios adaptados a las necesidades del mercado.</p> <p><i>Oportunidad:</i> Desarrollo de nuevas tecnologías. Acción: Implementar nuevas tecnologías como la banca móvil y la inteligencia artificial para mejorar la experiencia del cliente.</p> <p><i>Oportunidad:</i> Alianzas estratégicas. Acción: Establecer alianzas con otras empresas para ofrecer productos y servicios complementarios.</p>

	socios y de la cooperativa.		
--	-----------------------------	--	--

Nota. Elaboración del autor

Los análisis FODA Y CAME evidenciaron las estrategias principales para el plan de mejora.

Se considera importante también realizar un cronograma que contemple actividades, en este caso resulta imperante el tema de cronograma por fases en donde se contemplan sesiones presenciales y en línea, donde se explique aspectos introductorios de la cooperativa, se toque aspectos técnicos y aspectos operativos, y por consiguiente se profundice en aspectos de preparación de un plan de mejora, su implementación, el monitoreo que tendrá este y también la consolidación por medio de informes finales, en pro de mejorar todos los procesos de atención al cliente. El cronograma por fases queda propuesto en la Tabla 9.

Tabla 9

Cronograma por Fases

FASE	SEMANA 1-2	SEMANA 3-8	SEMANA 9-12	SEMANA 13-16
Preparación	-Revisar y programar el plan de trabajo -Comunicar al personal para inicio del plan -Formar equipo que estará a cargo del proceso			
Implementación		-Capacitar al personal en tecnologías de vanguardia -Adaptación de las tecnologías en procesos internos -Integrar herramientas digitales (CRM, plataformas virtuales)		
Monitoreo			-Evaluar en primera instancia la implementación	

			-Realizar encuestas y medición de indicadores KPI para retroalimentación -Correcciones en el modelo de implementación	
Consolidación				-Revisión final del sistema aplicado -Elaboración de informe técnico

Nota. El programa incluye sesiones presenciales y en línea, con un enfoque en el aprendizaje basado en herramientas tecnológicas y atención al cliente.

La capacitación del personal y la evaluación continua son fundamentales para preparar a los empleados para el uso de nuevas herramientas y la prestación de servicios. El plan implicará la organización de talleres y la distribución de materiales de formación para ayudar al equipo a ser más competente. Esta etapa está bajo la supervisión del departamento de recursos humanos, y su éxito vendrá determinado por el feedback de los empleados y la mejora de su nivel de competencia. El componente del plan garantiza que los empleados puedan adaptarse a los cambios tecnológicos, lo que conducirá a un entorno de trabajo más eficiente y preparado para satisfacer las demandas de los clientes.

Implementación del Plan

Implementar Una Plataforma De Atención Al Cliente Automatizada. La idea está en incorporar sistemas con chatbots para resolución de consultas simples para que los empleados respondan de manera rápida y eficaz, incluso en los momentos de mayor demanda. Los que han sido considerados son sistemas digitales CRM, y firma electrónica dentro del Ambavirtual, esto por medio de capacitaciones técnicas y operativas teniendo el cronograma establecido dicha actividad en la Tabla 9, así como también pruebas piloto y el monitoreo constante. A su vez, en Tabla 10 está determinado en el plan PHVA donde se detalle el plazo de ejecución para dicha implementación, qué indicadores, el plazo y las actividades correspondientes.

Desarrollar Un Programa De Capacitación Continua. Este es para el personal operativo en general, centrando sus esfuerzos en el mejoramiento de habilidades de comunicación y la utilización de tecnologías que son utilizadas actualmente para servicio al cliente. Un cronograma

tentativo quedaría de tal modo que se pueda tener sesiones presenciales y virtuales, esto se muestra en la Tabla 10, considerando que los responsables de las capacitaciones para los diferentes

Tabla 10

Cronograma de Sesiones Presenciales y en Línea para el Cumplimiento de los Objetivos del Plan de Mejoras

SESIÓN	TEMAS CLAVE PARA CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS	ENCARGADO DE CAPACITAR	MODALIDAD	DURACIÓN	FECHA	HORARIO
Introducción a Ambavirtual	Presentación general de la plataforma Ambavirtual, su propósito, beneficios para socios y personal, e importancia dentro del plan de modernización tecnológica.	Recursos Humanos Representante de la plataforma	Presencial	2 horas	Semana 1, Día 1	09:00 - 11:00
Aspectos Técnicos (Parte 1)	Capacitación en el uso básico de herramientas digitales: CRM, firma digital, y navegación de la plataforma Ambavirtual. Instalación, acceso y funciones principales.	Departamento de TI	En línea	2 horas	Semana 1, Día 3	14:00 - 16:00
Aspectos Técnicos (Parte 2)	Uso avanzado de tecnologías aplicadas al autoservicio, seguridad digital, protección de datos, y resolución de problemas técnicos comunes.	Departamento TI Proveedor de software (considerando si hay integración de sistemas como CRM o firma digital)	Presencial	2 horas	Semana 1, Día 5	09:00 - 11:00

Aspectos Operativos (Parte 1)	Aplicación de las herramientas tecnológicas en procesos reales de atención al cliente. Flujo de trabajo optimizado, tiempos de respuesta y uso eficiente de recursos.	Recursos Humanos Área de calidad de servicios	En línea	2 horas	Semana 2, Día 1	14:00 - 16:00
Aspectos Operativos (Parte 2)	Protocolos de atención personalizada, habilidades comunicacionales, gestión de reclamos y fidelización mediante el uso de la plataforma.	Supervisores operativos Área de calidad de servicios	Presencial	2 horas	Semana 2, Día 3	09:00 - 11:00
Simulación Práctica	Escenarios simulados donde el personal aplique los conocimientos adquiridos en situaciones reales de atención al cliente usando Ambavirtual.	Facilitadores internos Recursos Humanos Departamento TI (facilitando herramientas de simulación)	Presencial	3 horas	Semana 2, Día 5	09:00 - 12:00
Evaluación Final	Evaluación del aprendizaje técnico y operativo a través de pruebas prácticas y teóricas, junto con encuestas para medir satisfacción, retroalimentación y propuestas de mejora.	Recursos Humanos Coordinadores del programa de mejora	En línea	1 hora	Semana 3, Día 1	14:00 - 15:00

Nota: El programa incluye sesiones presenciales y en línea, con un enfoque en el aprendizaje práctico.

La capacitación del personal y la evaluación continua son fundamentales para preparar a los empleados para el uso de nuevas herramientas y la prestación de servicios. El plan, que

costará alrededor de \$3.000, implicará la organización de talleres y la distribución de materiales de formación para ayudar al equipo a ser más competente. Esta etapa está bajo la supervisión del departamento de recursos humanos, y su éxito vendrá determinado por el feedback de los empleados y la mejora de su nivel de competencia. El componente del plan garantiza que los empleados puedan adaptarse a los cambios tecnológicos, lo que conducirá a un entorno de trabajo más eficiente y preparado para satisfacer las demandas de los clientes.

Cronograma de Implementación. Genera un paso a paso en base al criterio PHVA de las mejoras en el servicio al cliente y de innovación tecnológica, se construye de manera cuidadosa un plan de implementación basados en las estrategias propuestas. Se considera que el cronograma de implementación tendrá un tiempo de implementación de 11 meses aproximadamente.

Fases de Implementación. El seguimiento se dará a través de las siguientes fases que serán presentadas a continuación:

Planificar: Identificación de amenazas y debilidades mediante el FODA

Hacer: Coordinar participación y ejecutar actividades respecto a innovación tecnología y atención al cliente

Verificar: Medir cumplimiento de objetivos mediante el uso de Indicadores Clave

Actuar: Realizar ajustes finales y presentar informes de la implementación de sistemas tecnológicos y mejoras en la atención del servicio al cliente.

Actividades, Recursos y Responsables. Con el objetivo de contribuir en la mejora del área de servicio al cliente en la Agencia Riobamba, se propuso responsables y recursos que van acorde a los planes de mejora basados en el modelo PHVA (Planificar/Hacer/Verificar/Actuar), el cual se encuentra relacionado con el análisis CAME, solo que en este caso se establecen recursos y responsables para cada una de las etapas y las actividades deben ser especificadas de mejor manera ya que este es el modo de tomar acción respecto a las mejoras en el servicio al cliente y la propuesta de adición de tecnología de vanguardia a la empresa, esto queda descrito en la Tabla 11.

Tabla 11

Actividades, Responsables e Indicadores de Gestión

ETAPAS	ACTIVIDADES	TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN	RESPONSABLES	RECURSOS	INDICADORES DE GESTIÓN
Planificar	-Identificación de amenazas y debilidades mediante el FODA -Definición de acciones estratégicas para corregir, adaptar, mantener y explotar.	2-4 meses	-Equipo de diagnóstico organizacional	-Recursos Humanos Técnicos - Documentos Institucionales -Espacio de reuniones	-Número de debilidades y oportunidades identificadas -Número de acciones estratégicas Nivel de participación del personal
Hacer	-Ejecución de acciones preestablecidas (modernización, digitalización) -Coordinación del personal para su participación	1-3 meses	- Departamento de TI - Departamento de Talento Humano	-Recursos Humanos y materiales (software, equipos) -Base económica	Porcentaje de cumplimiento Porcentaje de implementación de herramientas tecnológicas -Nivel de satisfacción del personal capacitado
Verificar	-Medición del cumplimiento de los objetivos estratégicos -Aplicación de instrumentos evaluativos (encuestas, indicadores KPI) -Análisis de resultados	2-3 meses	-Jefe de Agencia de calidad de servicios	Recursos humanos analíticos Recursos de medición y control de indicadores	-Porcentaje de cumplimiento de objetivos -Tiempo promedio de respuesta a los ajustes establecidos -Grado de eficacia de acciones aplicadas
Actuar	-Realizar ajustes de las estrategias en conformidad con los resultados - Implementación	6-8 meses	-Jefe de Agencia de control de servicios bancarios	-Mano de obra cualificada -Recursos materiales y	-Número de mejoras implementadas -Nivel de satisfacción de usuarios

n de mejoras finales -Realizar los informes respectivos respecto al proceso llevado a cabo			económicos -Sistema de gestión documental	internos y externos -Porcentaje de mejora en indicadores operativos tras ajustes
---	--	--	--	---

Nota. Elaboración propia

Presupuesto

El presupuesto general destinado para el proyecto está distribuido entre la compra de softwares y licencias para su implementación, se invertirá en análisis respecto a falencias que puedan detectarse en la empresa, se destinarán recursos para formación y talleres en las nuevas tecnologías, se harán campañas de comunicación interna y por consiguiente se harán encuestas de satisfacción respecto a las implementaciones realizadas, con sus respectivos responsables y los objetivos que están establecido para cada estrategia, esto queda descrito a mayor detalle en la Tabla 12.

Tabla 12

Presupuesto General

ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	RECURSOS	COSTOS Y PRESUPUESTO	RESPONSABILIDADES
Recolección de datos y análisis	Diagnosticar el estado actual del sistema de atención al cliente e identificar oportunidades de mejora.	Encuestas, análisis de procesos actuales	\$5,000 para análisis y herramientas	Equipo de TI y consultores externos
Programas de capacitación y evaluación continua	Fortalecer las capacidades del personal en el uso del nuevo sistema de atención.	Materiales de formación, talleres	\$3,000 para formación.	Departamento de Recursos Humanos.
Implementación gradual y pruebas de funcionalidad	Ejecutar de manera progresiva el nuevo sistema para garantizar su operatividad y adaptación.	Desarrollo de software, integración de sistemas.	\$20,000 para desarrollo y licencias.	Equipo de desarrollo de software y administración de TIC.

Estrategia de comunicación efectiva y sesiones de formación	Asegurar que el personal conozca, acepte y utilice correctamente el sistema implementado.	Campaña de comunicación interna, sesiones de demostración.	\$2,000 para comunicación y eventos.	Equipo de comunicación interna.
Estrategias: Evaluación periódica y ajustes basados en feedback.	Monitorear el funcionamiento del sistema y realizar mejoras continuas según las necesidades detectadas.	Herramientas de análisis de datos, encuestas de satisfacción.	\$1,500 para análisis y ajustes.	Equipo de calidad y soporte.

Nota. Elaborado por el autor

La Cooperativa de Ahorro y Crédito de Ambato, Agencia Tumbaco, cuenta con un plan estratégico que incorpora análisis de datos, capacitación continua e integración de tecnología para mejorar el servicio y atención al cliente. Las acciones se deberán realizar dentro de la cooperativa, por lo que se podrá utilizar el material e infraestructura disponible en sus instalaciones. El plan de acción estratégico busca mejorar la operatividad a través de recolección de datos, capacitación, implementación tecnológica y comunicación efectiva. El presupuesto que se muestra en la Tabla 13 hace un desglose más específico del costo y los materiales para cada uno de los rubros establecidos de acuerdo a la estrategia a ser aplicada para el proyecto.

Tabla 13

Presupuesto por concepto de estrategias y materiales

Estrategias	Costos y Presupuesto	Materiales
Recolección de datos y análisis	\$5,000 para análisis y herramientas	Encuestas, análisis de procesos actuales
Programas de capacitación y evaluación continua	\$3,000 para formación.	Materiales de formación, talleres
Implementación gradual y pruebas de funcionalidad	\$20,000 para desarrollo y licencias.	Desarrollo de software, integración de sistemas.
Estrategia de comunicación efectiva y sesiones de formación	\$2,000 para comunicación y eventos.	Campaña de comunicación interna, sesiones de demostración.

Estrategias: Evaluación periódica y ajustes basados en feedback.	\$1,500 para análisis y ajustes.	Herramientas de análisis de datos, encuestas de satisfacción.
---	----------------------------------	---

Nota. Elaborado por el autor

Las estrategias propuestas cubren áreas clave como la recolección de datos, capacitación, implementación tecnológica y comunicación. El presupuesto total asignado asciende a \$31,500, con la mayor parte destinada al desarrollo de software e integración de sistemas, lo que refleja la prioridad de la digitalización. La recolección de datos y análisis cuenta con \$5,000, asignados a encuestas y herramientas de análisis, mientras que la capacitación continua se respalda con \$3,000, cubriendo talleres y materiales de formación. La estrategia de comunicación interna, fundamental para la adopción de las nuevas herramientas, cuenta con un presupuesto de \$2,000. Finalmente, la evaluación periódica y ajustes basados en el feedback de los usuarios tendrá un costo de \$1,500, asegurando mejoras continuas en el proceso.

Monitoreo y Evaluación

La implementación de Automatización de Procesos como chatbots y sistemas de gestión de tickets busca optimizar la eficiencia operativa al manejar consultas frecuentes de manera automatizada. Estas herramientas permiten responder rápidamente a las inquietudes de los usuarios, reduciendo la carga de trabajo del personal y mejorando la agilidad en la resolución de problemas.

Indicadores de cumplimiento KPI. Mide la satisfacción general del cliente a través de encuestas y calificaciones, ayuda a evaluar el tiempo promedio de respuesta a las consultas y problemas de los clientes, analiza el porcentaje de incidencias resueltas en el primer contacto y con esto se evalúa también la calidad de los servicios prestados mediante evaluaciones y auditorías internas. Se hace uso de softwares CRM y herramientas de análisis de datos para realizar un seguimiento de los KPI. Su objetivo también es implementar métodos regulares de recopilación de datos relacionados con los KPI mediante el análisis periódico para identificar tendencias y áreas de mejora.

Tabla 14

Planificación y Monitoreo

<p>Tasa de Adopción de Usuarios</p>	<p>Definición: Porcentaje de clientes de la cooperativa que se han registrado y utilizan activamente "Ambavirtual".</p>	<p>Fórmula:</p> $Tasa\ de\ adopción = \frac{\# \text{ de usuarios activos en Ambavirtual}}{\# \text{ total de clientes}} * 100\%$	<p>Objetivo: Alcanzar una tasa de adopción del 70% en los primeros seis meses después del lanzamiento.</p>
<p>Frecuencia de Uso de la Plataforma</p>	<p>Definición: Promedio de veces que un usuario utiliza "Ambavirtual" en un mes.</p>	<p>Fórmula:</p> $Frecuencia\ de\ uso = \frac{\# \text{ total de sesiones de usuario}}{\# \text{ de usuarios activos}} * 100\%$	<p>Objetivo: Lograr que cada usuario utilice la plataforma al menos 5 veces al mes.</p>
<p>Tasa de Resolución de Incidentes</p>	<p>Definición: Porcentaje de incidentes o problemas reportados por los usuarios que son resueltos satisfactoriamente dentro de un tiempo específico.</p>	<p>Fórmula:</p> $Tasa\ de\ adopción = \frac{\# \text{ incidentes resueltos dentro del plazo}}{\# \text{ total de incidentes reportados}} * 100\%$	<p>Objetivo: Resolver el 90% de los incidentes en un plazo máximo de 24 horas.</p>
<p>Satisfacción del Cliente</p>	<p>Definición: Nivel de satisfacción de los usuarios de la plataforma, medido a través de encuestas de feedback.</p>	<p>Fórmula:</p> $\text{Índice de Satisfacción} = \frac{\sum \text{ puntuaciones de satisfacción}}{\# \text{ total de encuestas respondidas}}$	<p>Objetivo: Mantener un índice de satisfacción del cliente superior a 4.5 sobre 5.</p>
<p>Tasa de Retención de Usuarios</p>	<p>Definición: Porcentaje de usuarios que continúan utilizando "Ambavirtual" después de un período de tiempo (por ejemplo, 6 meses).</p>	<p>Fórmula:</p> $Tasa\ de\ retención = \frac{\# \text{ usuarios activos al final del periodo}}{\# \text{ usuarios activos al inicio del periodo}} * 100\%$	<p>Objetivo: Retener al menos el 85% de los usuarios después de seis meses de uso.</p>
<p>Tiempo Promedio de Transacción</p>	<p>Definición: Tiempo promedio que tarda un usuario en</p>	<p>Fórmula:</p>	<p>Objetivo: Mantener el tiempo promedio de transacción por</p>

	completar una transacción (por ejemplo, transferencias, consultas de saldo).	$\text{Tiempo Promedio de Transacción} = \frac{\sum \text{tiempos de transacción}}{\# \text{total de transacciones}}$	debajo de 2 minutos.
Costos de Soporte por Usuario	Definición: Costo promedio de soporte técnico y operativo para cada usuario de "Ambavirtual".	Fórmula: $\text{Costos de Soporte por Usuario} = \frac{\text{Costo total de soporte}}{\# \text{total de usuarios activos}}$	Objetivo: Reducir los costos de soporte por usuario en un 15% después del primer año de operación.
Tasa de Abandono de Transacciones	Definición: Porcentaje de transacciones iniciadas en la plataforma que no se completan.	Fórmula: $\text{Tasa de abandono} = \frac{\# \text{de transacciones no completadas}}{\# \text{total de transacciones iniciadas}} * 100\%$	Objetivo: Mantener la tasa de abandono por debajo del 5%.

Nota. Se realizan evaluaciones regulares para analizar el rendimiento de la plataforma y el feedback de los usuarios.

La medición de los indicadores de gestión será realizada mediante la plataforma "Ambavirtual," utilizando herramientas específicas para cada tipo de indicador:

- Nivel de Satisfacción del Cliente: Incluye encuestas de satisfacción integradas que los clientes podrán completar después de interactuar con el servicio. Los resultados se analizarán automáticamente.
- Tiempo de Respuesta: Se medirá el tiempo que tarda en responder a las solicitudes y consultas de los clientes desde el momento en que se reciben hasta que se resuelven, este a su vez registrará y generará informes para posterior atención.
- Frecuencia de Uso de Servicios: La plataforma recopilará datos respecto a frecuencia con la que los clientes utilizan diferentes servicios, como transferencias, consultas de saldo y solicitudes de préstamos.
- Eficiencia Operativa: La plataforma integrará herramientas para el seguimiento de métricas operativas, como la cantidad de transacciones realizadas, el tiempo dedicado a cada tipo de transacción y la tasa de resolución en el primer contacto. Con esto se busca medir eficiencia y criterios de operatividad y calidad del servicio.
- Aceptación y Uso de Nuevas Funcionalidades: Se registrará cómo los usuarios adoptan y utilizan nuevas funcionalidades como el asistente virtual "Ambabot" y las opciones de personalización del tablero.

La plataforma "Ambavirtual" permitirá la recopilación y análisis de estos indicadores de manera continua, proporcionando datos en tiempo real que facilitarán la toma de decisiones y la implementación de mejoras estratégicas.

c. Estrategias y/o Técnicas

Tabla 15

Estrategias y/o Técnicas Aplicados

Proceso	Técnicas Utilizadas	Descripción	Herramientas Utilizadas	Descripción de Herramientas
Diagnóstico Inicial	Análisis FODA	Identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del servicio	Matriz FODA	Herramienta estratégica para análisis situacional interno y externo
Capacitación del Personal	Talleres Presenciales y Virtuales	Formación en habilidades blandas y uso de tecnología para atención al cliente	Plataforma Moodle	LMS para capacitación continua, acceso a contenidos interactivos
	Simulación de Escenarios (Role-Play)	Práctica de situaciones reales de atención al cliente	Guías de Escenario + Evaluaciones	Material estructurado para simulación y evaluación de desempeño
Rediseño de Procesos	Mapeo de Procesos	Identificación de tareas duplicadas y cuellos de botella	Bizagi / Lucidchart	Software de diagramación para rediseño y optimización de procesos
Mejora Tecnológica	Automatización de Atención	Reemplazo de tareas manuales por tecnología automatizada	Chatbots / CRM	Chatbots para consultas frecuentes; CRM para centralizar contacto con clientes
Evaluación Continua	Encuestas de Satisfacción	Evaluación directa de la experiencia del cliente	Google Forms / SurveyMonkey	Herramientas digitales para recolección y análisis de opiniones

	Indicadores KPI	Seguimiento de metas e indicadores clave de rendimiento	Dashboard Power BI	Panel de control para monitoreo visual de KPIs y toma de decisiones
Seguimiento y Control	Auditorías Internas	Revisión trimestral de implementación y cumplimiento de mejoras	Informes de Auditoría	Documentos de revisión con métricas comparativas y análisis de evolución

Nota. Elaborado por el autor

2.3. Validación de la propuesta

La validación de la propuesta para optimizar el servicio al cliente mediante la implementación de una banca virtual en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, Agencia Tumbaco, se llevó a cabo utilizando el método de criterios de especialistas. Este enfoque se centra en obtener y analizar las opiniones de expertos en áreas relevantes para asegurar la viabilidad y eficacia de la propuesta. A continuación, se detalla el proceso seguido y los resultados obtenidos.

Tabla 16

Descripción del perfil de validadores

Apellidos y Nombres	Años de experiencia	Titulación Académica	Cargo
Pendolema Bolaños Rosa Gisela	5 años	Magister en Administración de Empresas	Asesora de Captaciones
Machay Tisalema Byron Orlando	10 años	Magister en Educación Mención en Innovación y Liderazgo Educativo	Docente
Neto Logro Raúl Arturo	35 años	Magister en Educación y proyectos de Desarrollo con Enfoque de Genero	Docente

Nota. Elaborado por autor

Tabla 17*Criterios evaluativos*

Criterio	Descripción
Impacto	Mejora en la Satisfacción del Cliente Disponibilidad y Accesibilidad Optimización de Procesos Ventaja Competitiva
Aplicabilidad	Evaluación del Entorno Actual Adaptación a la Cultura Organizacional Evaluación de Tecnologías Integración y Compatibilidad
Conceptualización	Beneficios para el Cliente Nuevas Tecnologías de la Información Beneficios para la Agencia Beneficios Estratégicos
Actualidad	Situación Actual de la Atención al Cliente Nivel de Satisfacción del Cliente Ineficiencias Operativas Limitaciones Tecnológicas
Calidad Técnica	Calidad del Software Red y Conectividad Plan de Soporte Técnico Validación de Desempeño
Factibilidad	Costos de Implementación Impacto en los Procesos Operativos Identificación de Riesgos Monitoreo y Evaluación
Pertinencia	Necesidades de los Clientes Beneficios para la Cooperativa Tendencias Tecnológicas

Nota. Elaborado por el autor

Para desarrollar un componente evaluativo efectivo para el Plan de Mejora en la optimización de la atención y servicio al cliente mediante nuevas tecnologías de la información en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, específicamente en la agencia Tumbaco, es fundamental establecer un sistema integral que permita medir el éxito de la implementación y el impacto de las nuevas tecnologías.

Tabla 18

Resultados de la validación

CRITERIOS	EXPERTO 1	EXPERTO2	EXPERTO 3	TOTAL	Porcentaje
Impacto	5	5	5	15	14.85%
Aplicabilidad	5	4	5	14	13.86%
Conceptualización	4	5	5	14	13.86%

Actualidad	5	5	5	15	14.85%
Calidad Técnica	5	5	4	14	13.86%
Factibilidad	4	5	5	14	13.86%
Pertenencia	5	5	5	15	14.85%
Total	30	34	34	101	100%

Nota. Elaborado por el autor

Para llevar a cabo la validación, se seleccionaron especialistas con experiencia en tres áreas clave:

- **Tecnología de la información y comunicaciones (TIC):** conformado por expertos en sistemas de banca virtual, con conocimiento en integración de tecnologías y gestión diferencial de plataformas digitales.
- **Gestión de la calidad y mejora continua:** estos son profesionales con conocimientos en modelos de calidad total.
- **Atención al cliente y gestión de servicios:** es un grupo de consultores con experiencia en optimización de servicios al cliente, que pueden evaluar la aplicabilidad de la propuesta para el sector financiero

Proceso de validación

El proceso de validación se estructuró en varias fases:

- **Desarrollo del cuestionario de evaluación:** se elaboró un cuestionario que incluyó preguntas sobre la viabilidad, eficacia , integración de la banca virtual.
- **Reunión con especialistas:** se llevaron a cabo sesiones de consulta con cada grupo de especialistas, donde se presentaron las propuestas a detalle con todos sus elementos.
- **Recopilación de opiniones y sugerencias:** los especialistas proporcionaron sus opiniones basadas en los criterios establecidos.
- **Análisis de resultados:** se realizó un análisis cualitativo de las respuestas de los especialistas para identificar puntos de consenso y áreas que requerían ajustes. Se evaluaron las sugerencias y se ajustó la propuesta en función de las recomendaciones recibidas.

Resultados de la validación

La validación a través del método de criterios de especialistas reveló los siguientes hallazgos:

- **Viabilidad de la banca virtual:** los expertos en tic confirmaron que la implementación de una banca virtual es viable y puede mejorar significativamente la eficiencia del servicio al cliente. Se destacó la importancia de seleccionar una plataforma que sea intuitiva y compatible con los sistemas existentes.
- **Alineación con modelos de calidad:** los especialistas en gestión de la calidad apoyaron la integración del modelo y el ciclo PDCA en la propuesta. Recomendaron incluir métricas específicas para medir la mejora continua y asegurar una adaptación fluida de la cultura de calidad en la cooperativa.
- **Optimización del servicio:** los consultores en atención al cliente corroboraron que la propuesta aborda adecuadamente los desafíos actuales, como los tiempos de espera y el acceso a la información. Sugirieron enfoques adicionales para la capacitación del personal y la comunicación con los clientes sobre las nuevas funcionalidades de la banca virtual.

Recomendaciones finales

Basado en el feedback de los especialistas, se realizaron los siguientes ajustes a la propuesta:

- **Integración tecnológica:** selección de una plataforma de banca virtual que garantice la integración eficiente con los sistemas actuales y ofrezca una interfaz amigable para los usuarios.
- **Capacitación y soporte:** desarrollo de un programa de capacitación exhaustiva para el personal y un plan de comunicación claro para los clientes para asegurar una transición sin problemas.
- **Monitoreo y evaluación:** implementación de un sistema de monitoreo continuo y evaluación basado en el ciclo PDCA para adaptar y mejorar la plataforma y los procesos de servicio al cliente de manera constante.

2.4. Matriz de articulación de la propuesta

En la presente matriz se sintetiza la articulación del producto realizado con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos-técnicos y tecnológicos empleados.

Tabla 19

Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN RESULTADOS	DE INSTRUMENTOS APLICADOS
Optimización del Servicio al Cliente	Parasuraman et al. (2021) sobre el uso de TI en la gestión de relaciones con clientes	Investigación aplicada con enfoque mixto	Implementación de CRM, aplicaciones móviles	Reducción de tiempos de espera, mejora en la personalización del servicio	Cuestionarios, encuestas, entrevistas
Satisfacción del Cliente	Reichheld (2020) sobre la relación entre satisfacción del cliente y lealtad	Análisis cuantitativo y cualitativo	Encuestas de satisfacción, entrevistas semiestructuradas	Aumento de la satisfacción del cliente y fidelización	Encuestas de satisfacción, guías de entrevistas
Eficiencia Operativa	Porter (2019) sobre eficiencia operativa y competitividad	Análisis de costo-beneficio, estudio de factibilidad	Evaluación de software, análisis de procesos internos	Mejoramiento de la productividad del personal y eficiencia operativa	Análisis de contenido, métodos estadísticos
Desarrollo de Soluciones Tecnológicas	Gómez & López (2021), Martínez et al. (2022) sobre tecnologías en el sector financiero	Investigación aplicada con pruebas piloto	Diseño de prototipos, selección de herramientas tecnológicas	Implementación de tecnologías adecuadas, validación de su impacto	Pruebas piloto, recopilación de datos post-implementación

Nota. Elaborado por el autor.

Descripción de los Ejes

La optimización del servicio al cliente se basa en (Duque, 2005), que enfatiza el papel de las tecnologías de la información en la gestión de las relaciones con los clientes. El enfoque metodológico implica una combinación de datos cuantitativos y cualitativos, lo que constituye un método mixto. Los sistemas CRM y las aplicaciones móviles pueden ayudar a los clientes a interactuar entre sí. Una importante disminución de los tiempos de espera y un servicio más personalizado. Se utilizan cuestionarios, encuestas, entrevistas.

Al respecto, (Guadarrama & Rosales , 2015) es una teoría que pretende establecer un vínculo directo entre la satisfacción y la fidelidad del cliente. Metodológicamente se basa en análisis tanto cuantitativos como cualitativos. Las encuestas de satisfacción y las entrevistas semiestructuradas capturan los comentarios de los clientes. La satisfacción y fidelidad del cliente aumentará. Se utilizan encuestas de satisfacción y guías de entrevista.

Basado en los hallazgos de "operaciones 2019, centrándose en la eficiencia operativa y la competitividad", los pasos a seguir son estudios de coste-beneficio y de viabilidad. La evaluación de software y el análisis de procesos internos pueden mejorar la productividad a través de métodos técnicos. Se espera que esto dé como resultado una mayor eficiencia operativa y una mejor productividad del personal. Se utilizan análisis de contenido y técnicas estadísticas.

Las soluciones tecnológicas están respaldadas por estudios recientes como (Grewal et al., 2021), que investigan la utilización de tecnologías en el ámbito financiero. El método se combina con experimentos piloto para confirmar la viabilidad de las soluciones tecnológicas. Se utilizan ambos métodos, la creación de prototipos y la selección de herramientas tecnológicas. El resultado deseado es la utilización eficiente de las tecnologías y la confirmación de su eficacia y satisfacción. Los instrumentos utilizados son las pruebas piloto y los datos posteriores a la implementación.

CONCLUSIONES

- La revisión de los fundamentos teóricos sobre la optimización de la atención y servicio al cliente y el uso de nuevas tecnologías de la información puso al descubierto cómo la integración de tecnologías digitales se vuelve necesario para mejorar la calidad del servicio. Modelos como la Gestión de la Calidad Total, el Modelo de Innovación Disruptiva de Christensen y el Ciclo de Deming (PDCA) brindaron información que ayudó en el desarrollo de la investigación.
- El diagnóstico del estado actual en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, Agencia Tumbaco, ha develado desafíos como largos tiempos de espera en ventanilla, comunicación limitada a canales tradicionales, y problemas con la integración de sistemas internos, esto ha obligado a la entidad a mejorar sus procesos operativos mediante un plan de mejoras.
- La propuesta de implementación de nuevas TIC está diseñada para tratar los problemas identificados en el FODA mediante la introducción de una plataforma de banca virtual y otros elementos que forman parte del plan de mejoras para atención al cliente. Se da un paso trascendental en el aspecto de la realización de transacciones y consultas en línea, disminuyendo tiempos de espera , lo que trae consigo mejoras en el acceso a la información.
- La validación de la propuesta por parte de especialistas ha confirmado la viabilidad y el impacto positivo esperado de la implementación de TIC. Los expertos manifestaron la importancia de que se proponga una plataforma adecuada a las necesidades de la entidad y de proporcionar capacitación integral al personal para que se genere ese sentido de pertenencia por parte de los involucrados. La incorporación de un sistema de monitoreo y evaluación continua, basado en el ciclo PDCA, fue desarrollado específicamente para adaptar y mejorar el servicio conforme a las necesidades previamente analizadas de los clientes.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda seleccionar una plataforma de banca virtual que sea intuitiva, compatible con los sistemas existentes y que ofrezca funcionalidades avanzadas para mejorar la experiencia del cliente.
- Es sugerido desarrollar un programa de capacitación exhaustiva para el personal, centrado en el uso de las nuevas tecnologías y en la gestión efectiva de la atención al cliente a través de estos canales. Esto debe ir acompañado de un proceso explicativo para los clientes acorde al uso de la plataforma.
- En la propuesta se debería incluir un plan para integrar y sincronizar los sistemas de gestión internos con la nueva plataforma de banca virtual, para minimizar redundancias y errores en la información del cliente.
- Se recomienda proponer un sistema de monitoreo basado en el ciclo PDCA para evaluar y ajustar continuamente las operaciones y la calidad del servicio, con métricas claras en pro de medir el impacto de las TIC en la satisfacción del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- ANECA. (2021). *Guía para la elaboración de un Plan de Mejoras*.
<https://www.unirioja.es/servicios/opp/acr/doc/GPlanMejoraD-v1.0-2021-02.pdf>
- Aro, O. (2024). Data analytics as a driver of digital transformation in financial institutions. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 45-62.
https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/385104139_Data_analytics_as_a_driver_of_digital_transformation_in_financial_institutions
- Bader, I. (2024). Strategic Management: A comprehensive Review Paper. *Intern. Journal of Profess. Bus. Review*, 9(3), 1-43.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i3.4373>
- Bakkouri, B., Raki, S., y Belgnaoui, T. (2022). The Role of Chatbots in Enhancing Customer Experience: Literature Review. *Procedia Computer Science*, 203, 432-437.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.07.057>
- Barahona-Martinez, G., Barzola-Plúas, Y., y Peñafiel-Muñoz, L. (2024). El derecho a la protección de datos y el avance de las nuevas tecnologías en Ecuador: Implicaciones legales y éticas. *Journal of Economic and Social Science Research*, 4(3), 46-64.
<https://doi.org/https://economicsocialresearch.com/index.php/home/article/view/113>
- Bello, F. (2023). Teoría de planeación estratégica y teoría estratégica emergente: una revisión literaria. *Universidad Militar Nueva Granada*, 1-28.
<https://repository.umng.edu.co/server/api/core/bitstreams/8a255f69-ccc1-4f17-84a6-3bbd6bfe072a/content>
- Briones-Juarez, A., Cruz-Coria, E., y Velazquez-Castro, J. (2020). Modelo difuso de calidad de servicios en un hotel de cuatro estrellas. . *Pädi Boletín Científico De Ciencias Básicas E Ingenierías Del ICBI*, 8(15), 124-129.
<https://doi.org/https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icbi/article/view/5820>
- Cardenas, E. (2019). Calidad del servicio de internet y satisfacción del cliente. *Industrial data*, 22(2), 105-116. <https://doi.org/10.15381/idata.v22i2.17392>
- Cervantes, G., Muñoz, G., y Inda, A. (2020). El trabajo en equipo y su efecto en la calidad del servicio a clientes. *Revista espacios*, 41(14), 27-37.
<https://doi.org/http://ww.revistaespacios.com/a20v41n14/a20v41n14p27.pdf>

- Cisneros, G., & Romero, B. (2024). Innovación tecnológica y gestión del talento humano, en las pymes textiles de confección de un centro comercial de Gamarra en el 2024. *Paidagogo*, 6(1), 71–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.52936/p.v6i1.241>
- Collaguazo, J. (2020). *Automatización del sistema de apertura del rodillo de una máquina trituradora de alimento animal de la empresa Pronaca Puembo*. Universidad Tecnológica Israel, Quito. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2425/1/UISRAEL-EC-ELDT-378.242-2020-010.pdf>
- Contreras, F., y Guerrero, J. (2024). Beneficios de la implementación de la inteligencia artificial en la administración de empresas: una revisión sistemática. *Impulso, Revista de Administración*, 4(8), 213-228. <https://doi.org/https://revistaimpulso.org/index.php/impulso/article/view/230>
- Cuta, C. (2023). *Impacto de la tecnología en la gestión de proyectos en la era digital: beneficios y desafíos*. Bogotá: EAN Universidad. <https://repository.universidadean.edu.co/bitstreams/5d6c5bdf-de9c-4da7-9430-88adc7c56f60/download>
- De La Cruz-Campos, D., Aravena-Gaete, M., Peniche, R., & Camuñas, D. (2022). Las plataformas virtuales de aprendizaje desde una perspectiva internacional: aportes desde la praxis educativa. *Aprendizaje y formación experiencial*, 47-64. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8873004>
- De Vries, E., y Zhang, S. (2020). The effectiveness of random discounts for migrating customers to the mobile channel. *Journal of Business Research*, 110, 272-281. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.041>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias*, 15(25), 64-80. <https://doi.org/0121-5051>
- Espinoza, J., y Chinchay, A. (2021). *Calidad del servicio y fidelización del cliente en el restaurante L'ancora, Piura, Perú–2020*. UNP Institucional. Alicia. https://doi.org/https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUMP_cd212c9b52935b2b311818de57a8a6a6
- Fernández, M., Sánchez, J., & Rico, R. (2021). Procesos estratégicos y estructura organizacional: implicaciones para el rendimiento. *Psicothema*, 13(1), 29-39. <https://www.redalyc.org/pdf/727/72713105.pdf>

- Gestal, M., Vázquez-Naya, J., Dorado, J., Pérez-Jove, R., Rabuñal, J., y Rivera-Dourado, M. (2024). *Protección de datos personales, privacidad, seguridad y bienestar digital*. Universidad de Coruña. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/40821>
- Giler, J., Alvarado, K., Yela, R., Choez, F., & García, J. (2024). Impacto de la digitalización en el sector bancario ecuatoriano: Transformaciones, desafíos y oportunidades para el futuro financiero. *LATAM*, 1-18. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2658>
- Grewal, D., Gauri, D., Roggeveen, A., & Sethuraman, R. (2021). Strategizing retailing in the new technology era. *Journal of Retailing*, 6-12.
- Guadarrama, E., y Rosales, E. (2015). MARKETING RELACIONAL: VALOR, SATISFACCIÓN, LEALTAD Y RETENCIÓN DEL CLIENTE. ANÁLISIS Y REFLEXIÓN TEÓRICA. *Ciencia y Sociedad*, 40(2), 307-340. <https://doi.org/0378-7680>
- Gudiño, C., Puga, A., Flores, D., y Silva, K. (2024). El delito de fraude financiero en el Ecuador: un análisis de las transacciones digitales. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, XII(87), 1-19. <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/4491/4323>
- Ijomah, T., Eyo-Udo, N., y Anjorin, K. (2024). The role of data analytics in customer service management: Enhancing satisfaction and loyalty. *Revista mundial de ciencia y tecnología avanzada*, 6(1), 13-24. <https://doi.org/10.53346/wjast.2024.6.1.0038>
- Izquierdo, Y. (2024). Transformación digital de procesos aduaneros y productividad laboral en Train Perú SAC durante la pandemia. *Impulso, Revista de Administración*, 4(8), 82-97. <https://doi.org/https://revistaimpulso.org/index.php/impulso/article/view/222>
- Lay-De-León, R., Acevedo-Urquiaga, A., y Acevedo-Suárez, J. (2022). Guía para la aplicación de una estrategia de mejora continua. *Ingeniería Industrial*, XLIII(2), 1-19. <http://scielo.sld.cu/pdf/rrii/v43n3/1815-5936-rrii-43-03-30.pdf>
- Meuter, M., Ostrom, A., Roundtree, R., y Bitner, M. (2023). Self-Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction With Technology-Based Service Encounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50-64. <https://doi.org/10.1509/jmkg.64.3.50.18024>
- Morey, K., Aguilar, A., y Andía, M. (2023). Más allá de la venta online: de la calidad del servicio a la lealtad y boca a boca electrónicos. *Contaduría y administración*, 317-344.
- Pingo, P. M., Poicon, E. C., Vargas, S. R., & Tito, L. P. (2020). Gestión de la calidad: Un estudio desde sus principios. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 632-647.

- Ponce, J. (2024). *Plan de Mejora en el departamento de Cobranza y Call Center aplicando Inteligencia Artificial (IA) para la Empresa ADSEFUM S.A.* Universidad Tecnológica Israel, Escuela de Posgrado "ESPOG", Quito. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/4167/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADME-GP-PRO-348.242-2024-008.pdf>
- Porter, C., Outlaw, R., Gale, J., y Cho, T. (2019). The use of online panel data in management research: A review and recommendations. *Journal of Management*, 45(1), 319-344. <https://doi.org/https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0149206318811569>
- Porter, M. E. (2019). The competitive advantage of nations: How technology drives operational efficiency and market leadership. *Harvard Business Review*, 60-77. <https://doi.org/https://hbr.org/2019/02/the-competitive-advantage-of-nations>
- Prajapat, S. (2024). The Impact of CRM Systems on Customer Satisfaction and Retention. *Edumania-An International Multidisciplinary Journal*, 2(4), 75-85. <https://doi.org/https://doi.org/10.59231/edumania/9074>
- Salvador, M. (2023). Plan de mejora del clima organizacional orientado a la rotación del personal de la asociación condominio los parques de Villa El Salvador II.. *Universidad Andina Simón Bolívar, Villa el Salvador*. https://repositorio.untels.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/1187/1/T088A_45822084_T.pdf
- Sánchez, B., y Brown, K. (2023). *Cultura organizacional, planes estratégicos y sostenibilidad: un modelo de gestión para el desarrollo de las empresas del sector privado y público de la región caribe colombiana.* Bogotá: EAN Universidad. <https://repository.universidadean.edu.co/bitstreams/9fc392f3-7c04-44f2-8b6c-163fb8932f5a/download>
- Sang-Hyun, K., y Hyun-Sun, P. (2022). Mobile applications and customer experience: The impact of technology on service satisfaction. *The Journal of Information Systems*, 130-145. <https://doi.org/10.5859/KAIS.2011.20.3.81>
- Sharda, R., Delen, D., & Turban, E. (2019). Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão do Negócio-4. *Bookman Editora*.
- Soleibe, T., Zapata, H., & Ardila, L. (2024). Tendencias actuales en liderazgo transformacional: una perspectiva gerencial. *Fundación Universitaria del Área Andina*, 1-26. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstreams/fed86328-aaeb-4c01-a9c9-aaafbba69dae/download>

- Urbizagástegui, R. (2019). El modelo de difusión de innovaciones de Rogers en la bibliometría mexicana. *Palabra clave*, 71-71.
- Vásquez, E. J. (2018). Calidad de atención percibida por el usuario del módulo de familia en la Corte Superior de Justicia de Lima Norte, 2018.
- Vega, R., y Socarrás, I. (2020). El proceso de mejora organizacional para proyectos de desarrollo de la UCI. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 13(1), 89-104. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8590231.pdf>
- Villacís, B. (2024). *Análisis de Vulnerabilidades basado en Técnicas de Inteligencia Artificial para la Seguridad Informática en Redes de Área Local*. Universidad Tecnológica Israel, Escuela de Posgrado "ESPOG", Quito. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/4140/1/UISRAEL-EC-MASTER-SEG-INF-PRO-%20378.242-2024-014.pdf>
- Wang, Y., y Zhang, X. (2022). Data analytics and operational efficiency in financial services: Enhancing competitiveness through advanced technologies. *Journal of Financial Services Research*, 45-62. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10693-021-00366-2>
- Yataco, L., Mancilla, A., y Chávez, K. (2024). Tecnología financiera al servicio del cliente: percepción sobre herramientas digitales bancarias en Lima. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 26(3), 877-894. <https://doi.org/10.36390/telos263.07>

ANEXOS

Anexo A. Formato de encuesta

Este proyecto se desarrolló mediante la técnica de enumeración, que se aplicó a la muestra socioeconómica de la Cooperativa, para complementar la recogida de datos.

Datos demográficos:

Edad:

- Menos de 20 años
- 20-29 años
- 30-39 años
- 40-49 años
- 50-59 años
- 60 años o más

Género:

- Masculino
- Femenino
- Otro

Nivel educativo:

- Primaria
- Secundaria
- Universitario
- Postgrado
- Otro

Preguntas sobre el uso de tecnología (app web, banca móvil, etc)

¿Está de acuerdo con la utilización de equipos tecnológicos para la atención al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato, Agencia Tumbaco?

- Sí
- No

¿Le gustaría poder realizar trámites desde la comodidad de su casa utilizando herramientas tecnológicas?

- Sí
- No

¿Considera útil tener una aplicación móvil de la Cooperativa en su teléfono para gestionar sus cuentas y realizar trámites?

- Sí

- No

¿Estaría dispuesto a solicitar créditos y otros servicios financieros de manera digital?

- Sí
- No

¿Le parece conveniente la implementación de la aplicación Ambavirtual para mejorar la atención al cliente?

- Sí
- No

Preguntas sobre la satisfacción y eficiencia:

¿Está satisfecho con los tiempos de espera actuales para ser atendido en la Cooperativa?

- Sí
- No

¿Cree que la implementación de nuevas tecnologías reduciría los tiempos de espera y mejoraría la eficiencia del servicio?

- Sí
- No

¿Qué tan satisfecho está con el servicio al cliente actual de la Cooperativa?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

¿Considera que el personal de la Cooperativa está bien capacitado para utilizar nuevas tecnologías en la atención al cliente?

- Sí
- No

Preguntas sobre la implementación y uso de tecnología:

¿Estaría dispuesto a participar en programas de capacitación sobre el uso de nuevas tecnologías proporcionados por la Cooperativa?

- Sí
- No

¿Qué tipo de tecnología le gustaría que la Cooperativa implementara para mejorar la atención al cliente? (Puede seleccionar más de una opción)

- Aplicaciones móviles

- Banca en línea
- Kioscos de autoservicio
- Chatbots
- Otro: _____

Comentarios adicionales:

¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre cómo la Cooperativa podría mejorar su atención al cliente mediante el uso de tecnologías?

Anexo B. Formato de la entrevista

1. ¿Cómo describirían los procesos actuales de atención al cliente en su cooperativa?
2. ¿Cuáles son los principales desafíos que han identificado en el proceso de atención al cliente?
3. ¿Cómo creen que la implementación de un plan de mejora puede ayudar a abordar estos desafíos?
4. ¿Qué funcionalidades consideran esenciales para la nueva plataforma de banca virtual?
5. ¿Qué pasos creen que deberían tomarse para garantizar una transición exitosa hacia el uso de la banca virtual?

Anexo C. Respuesta encuesta

1.. ¿Cómo describirían los procesos actuales de atención al cliente en su cooperativa?

R.1. la atención al cliente en nuestra cooperativa se realiza principalmente en ventanilla, donde los clientes llevan a cabo sus transacciones y consultas.

R.2. A menudo resulta en tiempos de espera prolongados, especialmente durante las horas pico. La comunicación con los clientes se gestiona a través de canales tradicionales como el teléfono y el correo electrónico.

R.3. La atención es limitada en términos de inmediatez y eficiencia.

R.4. Utilizando sistemas internos para gestionar la información del cliente, pero estos sistemas no están completamente integrados, lo que puede causar redundancias y errores en el manejo de datos.

2. ¿Cuáles son los principales desafíos que han identificado en el proceso de atención al cliente?

R.1. Uno de los desafíos más significativos que enfrenta es el tiempo de espera prolongado en ventanilla.

R.2. Las filas afectan la experiencia del cliente, y también puede generar frustración, el acceso limitado a la información del cliente y a los servicios en línea.

R.4. la capacidad para ofrecer una atención más personalizada y eficiente.

R.5. la necesidad de mejorar la satisfacción del cliente. Queremos proporcionar una atención más personalizada y eficiente, lo cual es fundamental para mantener la lealtad y la satisfacción de nuestros clientes.

3. ¿Cómo creen que la implementación de un plan de mejora puede ayudar a abordar estos desafíos?

R.1. Implementar un plan de mejora enfocado en optimizar el servicio al cliente mediante el uso de una banca virtual puede ser una solución eficaz para estos desafíos.

R.2. Integrando una plataforma de banca virtual

R.3. Podríamos reducir significativamente los tiempos de espera en ventanilla al permitir que los clientes realicen transacciones y consultas en línea. Esto también facilitaría un acceso más rápido y sencillo a la información del cliente, reduciendo errores y redundancias asociados con los sistemas actuales.

R.4. Usando la banca virtual puede ofrecer una atención más personalizada mediante la implementación de herramientas y funciones que se adapten a las necesidades específicas de cada cliente, mejorando así la satisfacción general.

4. ¿Qué funcionalidades consideran esenciales para la nueva plataforma de banca virtual?

R.1. Para que la nueva plataforma de banca virtual sea efectiva, consideramos esenciales funcionalidades como un sistema de gestión de cuentas en tiempo real, opciones de comunicación directa y rápida con el soporte

R.2. Una plataforma con herramientas para la gestión personalizada de las solicitudes y necesidades del cliente.

R.3. sería beneficioso integrar un sistema que permita acceder a la información de manera eficiente y que esté bien sincronizado con otros sistemas internos para evitar redundancias.

R.4. una interfaz intuitiva y fácil de usar es fundamental para asegurar que todos los clientes, independientemente de su familiaridad con la tecnología, puedan navegar por la plataforma sin problemas.

5. ¿Qué pasos creen que deberían tomarse para garantizar una transición exitosa hacia el uso de la banca virtual?

R.1. Para garantizar una transición exitosa, es fundamental comenzar con una planificación detallada y una evaluación exhaustiva de las necesidades de nuestros clientes y del personal.

R.2. Primero implementar una fase de capacitación para los empleados y proporcionar asistencia continua durante el proceso de transición ayudará a asegurar que todos estén bien preparados para utilizar la nueva plataforma.

R.3. Es importante realizar una campaña de comunicación efectiva para informar a los clientes sobre las nuevas funcionalidades y cómo pueden beneficiarse de ellas.

R.4. Establecer un sistema de retroalimentación permitirá monitorear la aceptación y el uso de la plataforma, realizando ajustes según sea necesario para mejorar la experiencia del cliente.

Anexo D. Plataforma de Ambavirtual

Figura 16

Flayer de lanzamiento de Ambavirtual



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Anexo E. Proceso de creación de nuevos usuarios

Figura 17

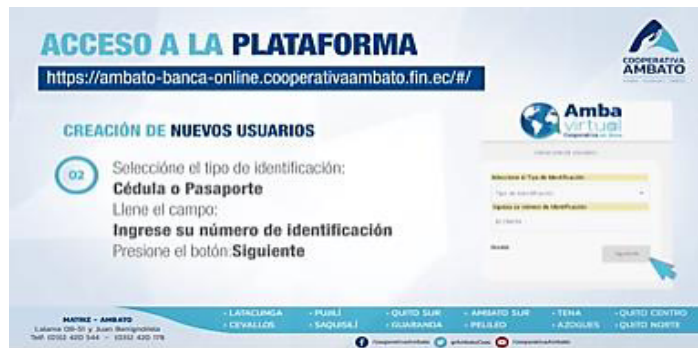
Creación de nuevos usuarios - Usuario



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 18

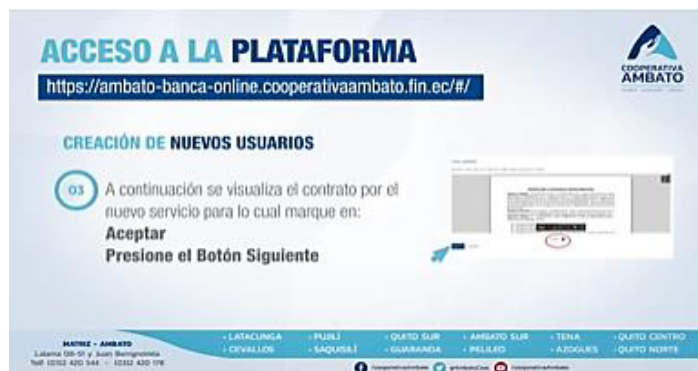
Creación de nuevos usuarios-identificación



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 19

Creación de nuevos usuarios-contrato



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 20

Creación de nuevos usuarios-recomendaciones



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 21

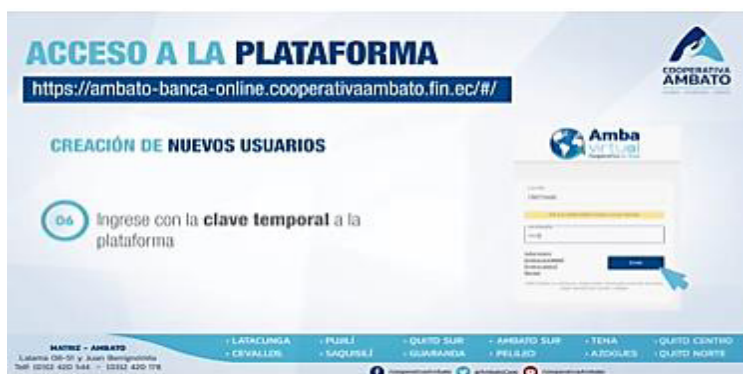
Creación de nuevos usuarios-Clave temporal correo



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 22

Creación de nuevos usuarios-Clave temporal plataforma



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 23

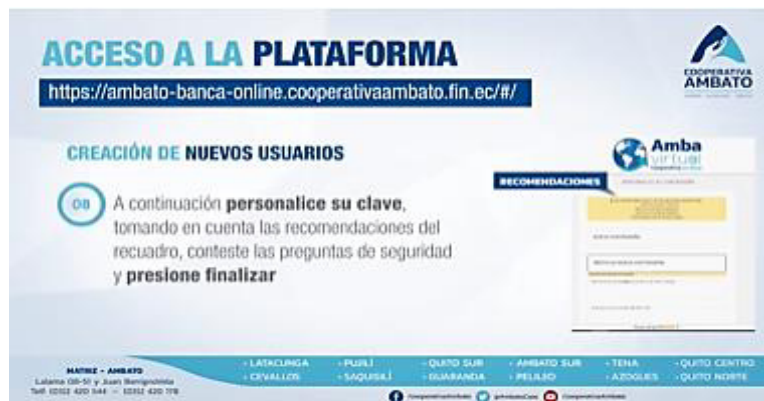
Creación de nuevos usuarios-registro de datos



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 24

Creación de nuevos usuarios-personalizar contraseña



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 25

Creación de nuevos usuarios-contraseña cambiada



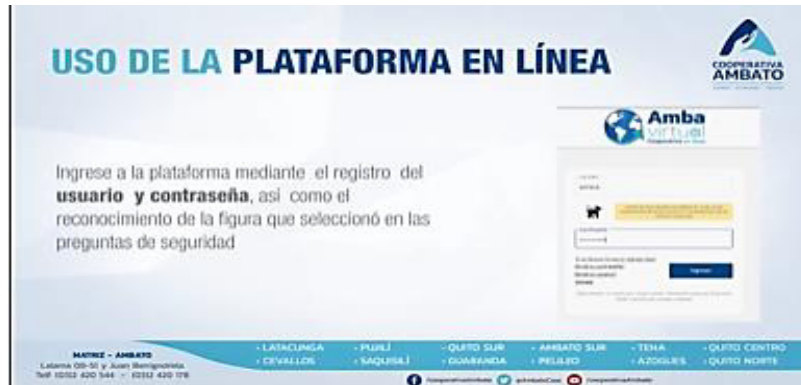
Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Uso en línea-Instructivo

Anexo F. Consulta de saldos cuenta de ahorro y crédito

Figura 26

Proceso de consulta de saldos cuenta de ahorro y crédito



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 27

Creación de nuevos usuarios-verificación de contraseña



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 28

Creación de nuevos usuarios-mensaje de acceso



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 29

Creación de nuevos usuarios-funcionalidades



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 30

Creación de nuevos usuarios- información consolidada



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 31

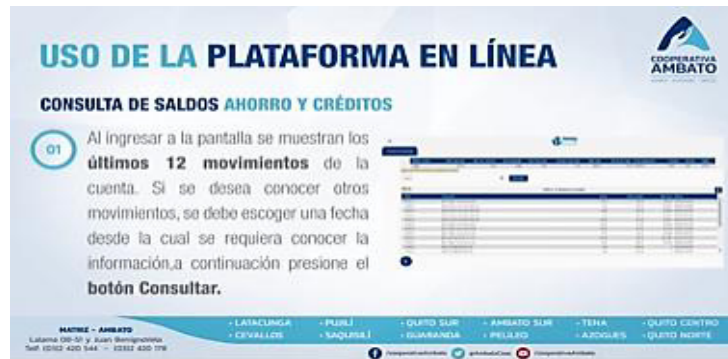
Creación de nuevos usuarios-cuenta



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 32

Creación de nuevos usuarios-movimientos



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Transferencias beneficiarias

Figura 33

Transferencias beneficiarios



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 34

Transferencias beneficiarios- Activación



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 35

Transferencias beneficiarios-Transacción



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 36

Transferencias beneficiarios-lista beneficiarios



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Transferencias de cuentas propias de la misma institución

Figura 37

Transferencias de cuentas propias de la misma institución



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 38

Transferencias de cuentas propias de la misma institución, Paso 1



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 39

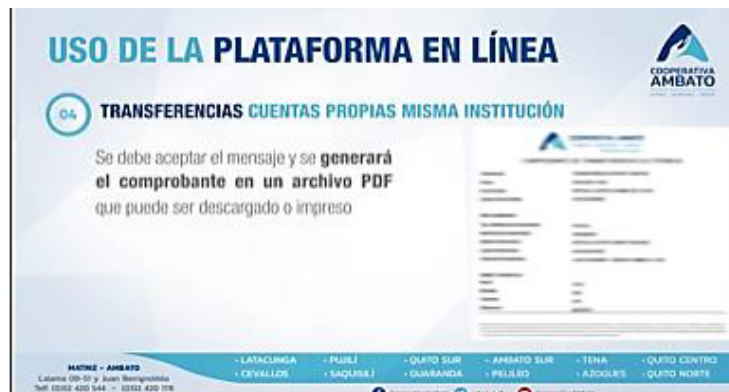
Transferencias de cuentas propias de la misma institución, Paso 2



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 40

Transferencias de cuentas propias de la misma institución, Paso 3



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Monto máximo de transferencia

Figura 41

Monto máximo de transferencia



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 42

Monto máximo de transferencia- Paso 1



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 43

Monto máximo de transferencia- Paso 2



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Gestión de tarjetas de crédito

Figura 44

Gestión de tarjetas de crédito



Figura 45

Gestión de tarjetas de crédito-Paso 2



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 46

Gestión de tarjetas de crédito-Paso 3



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 47

Gestión de tarjetas de crédito-Paso 4



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 48

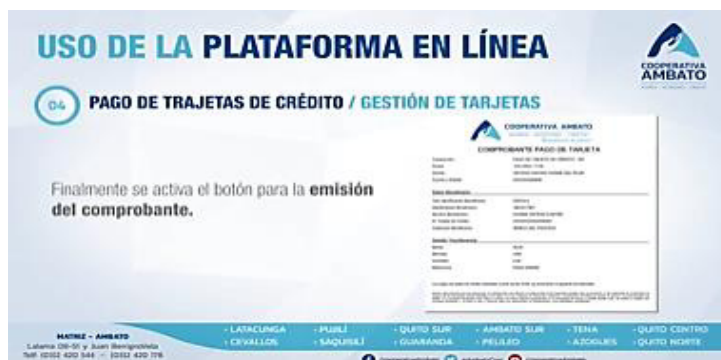
Gestión de tarjetas de crédito-Paso 5



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 49

Gestión de tarjetas de crédito-Paso 6



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 50

Gestión de tarjetas de crédito-Paso 7



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 51

Gestión de tarjetas de crédito-Paso 8



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 52

Gestión de tarjetas de crédito-Paso 9



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 56

Gestión de tarjetas de crédito-Paso 13

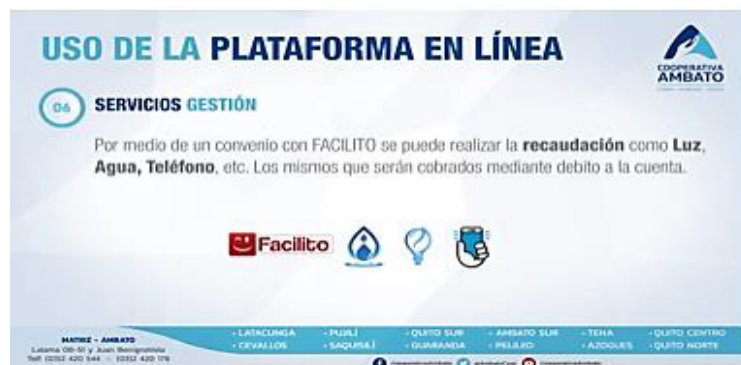


Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Servicios de gestión de pagos de servicios básicos

Figura 57

Servicios de gestión de pagos de servicios básicos



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 58

Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 1



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 59

Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 2



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 60

Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 3



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 61

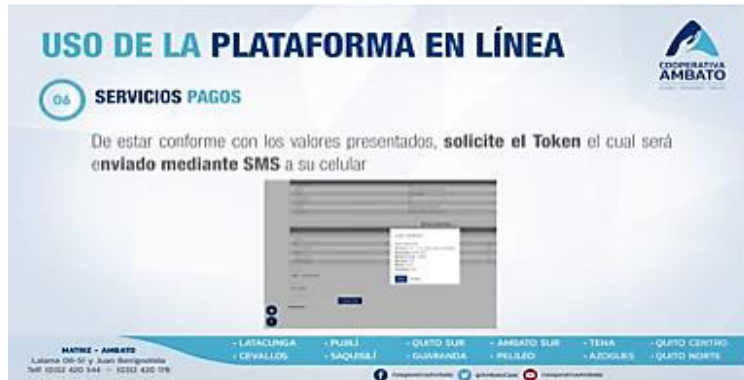
Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 4



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 62

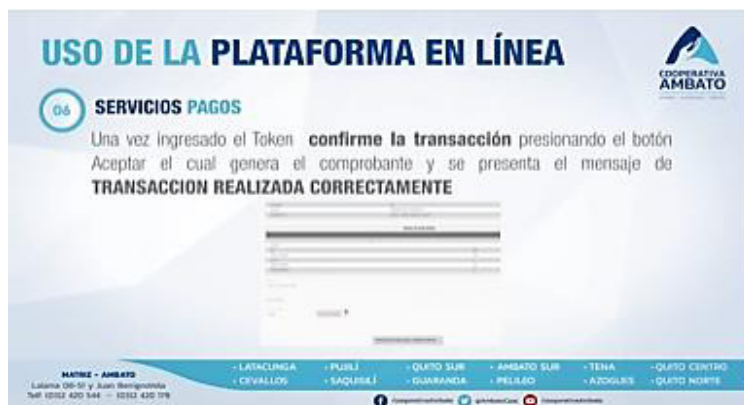
Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 5



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 63

Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 6



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 64

Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 7



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 65

Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 8



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 66

Servicios de gestión de pagos de servicios básicos- Paso 9



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Administración de la cuenta

Figura 67

Administración de la cuenta



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 68

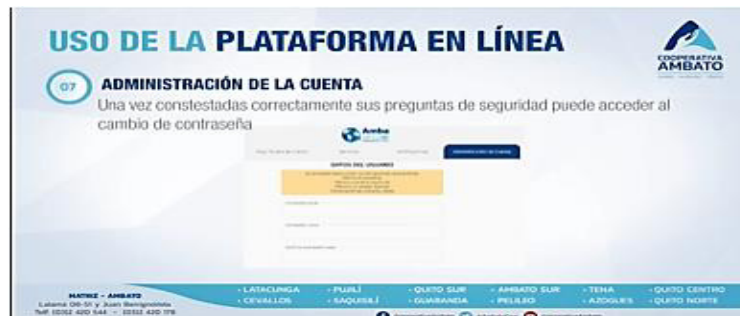
Administración de la cuenta-Paso 1



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Figura 69

Administración de la cuenta-Paso 2



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Chatbot_Ambabot

Figura 70

Chatbot_Ambabot



Nota. Plataforma de Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Anexo G. Propuesta aprobación



**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 la optimización de la atención y servicio al cliente mediante nuevas tecnologías de la información en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato: estudio de caso en la agencia Tumbaco**. 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: Pendolema Bolaños Rosa Gisela

Título obtenido: MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

C.I.: 1719906651

E-mail: rosmeri171@hotmail.com

Institución de Trabajo: Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato Ltda.

Cargo: Asesora de Captaciones

Años de experiencia en el área: 5 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	5				
Aplicabilidad	5				
Conceptualización		4			
Actualidad	5				
Calidad Técnica	5				
Factibilidad		4			
Pertinencia	5				
TOTAL	25	8			

Observaciones:.....

Recomendaciones:.....

Lugar, fecha de validación: Quito, 13 de marzo de 2025

Firmado digitalmente
 por ROSA GISELA
 PENDOLEMA
 BOLAÑOS
 Fecha: 2024.08.27
 17:42:39 -05'00'

Mag. Pendolema Bolaños Rosa Gisela



**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 la optimización de la atención y servicio al cliente mediante nuevas tecnologías de la información en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato: estudio de caso en la agencia Tumbaco. 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: Machay Tisalema Byron Orlando

Título obtenido: MAGISTER EN EDUCACION MENCIÓN EN INNOVACIÓN Y LIDERAZGO
EDUCATIVO

C.I.: 0503641391

E-mail: machay86@gmail.com

Institución de Trabajo: Tecnológico Universitario Vida Nueva

Cargo: Docente

Años de experiencia en el área: 10 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	5				
Aplicabilidad		4			
Conceptualización	5				
Actualidad	5				
Calidad Técnica	5				
Factibilidad	5				
Pertinencia	5				
TOTAL	30	4			

Observaciones:.....

Recomendaciones:.....

Lugar, fecha de validación: Quito, 13 de marzo de 2025



Mag. Machay Tisalema Byron Orlando



**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 la optimización de la atención y servicio al cliente mediante nuevas tecnologías de la información en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ambato: estudio de caso en la agencia Tumbaco. 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: Neto Logro Raúl Arturo

Título obtenido: MAGISTER EN EDUCACIÓN Y PROYECTOS DE DESARROLLO CON ENFOQUE DE GENERO.

C.I.: 0501651996

E-mail: raulneto2013@hotmail.com

Institución de Trabajo: Unidad Educativa dos de agosto Quito

Cargo: Docente

Años de experiencia en el área: 35 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	5				
Aplicabilidad	5				
Conceptualización	5				
Actualidad	5				
Calidad Técnica		4			
Factibilidad	5				
Pertinencia	5				
TOTAL	30	4			

Observaciones:.....

.....

.....

Recomendaciones:.....

.....

.....

Lugar, fecha de validación: Quito, 13 de marzo de 2025

Mag. Neto Logro Raúl Arturo