



unl



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

TÍTULO

“EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO OFRECIDO
POR LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
EDUCADORES DE LOJA DESDE LA PERSPECTIVA DEL SOCIO
A TRAVÉS DEL SERVPERF”

Tesis previa a optar el grado de
Ingeniera en Banca y Finanzas

AUTORA:

LIDA CATALINA ORDÓÑEZ GUALÁN

DIRECTOR:

ING. ABRAHAM BOANERGES CRESPO CÓRDOVA, MGDE.

LOJA-ECUADOR

2019



CERTIFICACIÓN

ING. ABRAHAM BOANERGES CRESPO CÓRDOVA, MGDE. DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA CARRERA DE BANCA Y FINANZAS Y DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que he dirigido el trabajo de tesis de grado titulada: **“EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO OFRECIDO POR LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EDUCADORES DE LOJA DESDE LA PERSPECTIVA DEL SOCIO A TRAVÉS DEL SERVPERF”**, elaborado por la Srta. **Lida Catalina Ordóñez Gualán**, previo a optar el grado de Ingeniera en Banca y Finanzas la misma que ha sido sometida a revisiones y correcciones pertinentes por lo cual autorizo su presentación ante el honorable Tribunal de Grado.

Loja, julio de 2019



Ing. Abraham Boanerges Crespo Córdova, MGDE.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Lida Catalina Ordóñez Gualán**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente declaro y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional - Biblioteca Virtual.

Autora: Lida Catalina Ordóñez Gualán

Firma: _____



Cédula N°: 1105660748

Fecha: Loja, julio de 2019

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXO COMPLETO.

Yo, LIDA CATALINA ORDÓÑEZ GUALÁN declaro ser autora de la tesis titulada: **“EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO OFRECIDO POR LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EDUCADORES DE LOJA DESDE LA PERSPECTIVA DEL SOCIO A TRAVÉS DEL SERVPERF”**. Como requisito para optar el grado de **INGENIERA EN BANCA Y FINANZAS**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad. La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 24 días del mes de julio del dos mil diecinueve, firma la autora

Firma:

Autora: Lida Catalina Ordóñez Gualán

Cedula: 1105660748

Dirección: Loja, Barrio Cajanuma; Vía a Malacatos

Correo electrónico: lordonez_cepja@hotmail.com

Celular: 0999595295

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Abraham Boanerges Crespo Córdova, Mgde.

Tribunal de Grado

Presidente: Ing. Neusa Cecilia Cueva Jiménez, Mgtr.

Miembro del tribunal: Ing. Jorge Luis López Lapo, Mg. Sc

Miembro del tribunal: Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen por guiarme y protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

A mis padres por su sacrificio y esfuerzo, por confiar en mí, y porque siempre estuvieron a mi lado brindándome sus consejos para hacer de mí una mejor persona.

A mis hermanos por su compañía, apoyo y porque con sus palabras siempre logran que tenga una sonrisa y ánimo para seguir adelante.

Lida Catalina

AGRADECIMIENTO

En primera instancia quiero agradecer a Dios por todas sus bendiciones y a mi familia por ser el pilar fundamental.

A la Universidad Nacional de Loja por haberme abierto las puertas para formarme profesionalmente, directivos y planta docente de la Carrera de Banca y Finanzas quienes han contribuido para la formación académica durante mi vida universitaria.

De manera especial al Ing. Abraham Crespo en calidad de director por la orientación para la elaboración del presente trabajo.

De la misma manera, agradezco de todo corazón a la Eco. Lourdes Masache Gerente General de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja y a todos quienes la conforman, por la ayuda brindada.

La autora

a. TÍTULO

“EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO OFRECIDO POR LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EDUCADORES DE LOJA DESDE LA PERSPECTIVA DEL SOCIO A TRAVÉS DEL SERVPERF”

b. RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación es medir la calidad en el servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” desde la perspectiva del socio a través del SERVPERF.

Para la realización del mismo se planteó los objetivos específicos los cuáles consisten en determinar la calidad del servicio mediante el modelo Servperf considerado como uno de los modelos más importantes presentado por Cronin & Taylor (1992-1994) el cual emplea 22 afirmaciones respecto a las percepciones que tiene el cliente sobre el servicio recibido basado en 5 dimensiones: **elementos tangibles**, se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos y empleados; **fiabilidad**, que es la capacidad de la organización para cumplir con lo prometido y hacerlo sin errores; **capacidad de respuesta**, es la voluntad de ayuda a los usuarios, la rapidez y la agilidad del servicio; **Seguridad**, describe el conocimiento, cortesía de los empleados, capacidad para inspirar confianza y seguridad; **empatía**, se refiere a la atención esmerada e individualizada, la capacidad de escuchar y entender las necesidades.

Por consiguiente, el primer objetivo es determinar la influencia de los elementos tangibles en la calidad de servicio de la Cooperativa; el segundo objetivo es establecer el grado en que la fiabilidad influye en la calidad de servicio; el tercer objetivo es interpretar en qué nivel influye la capacidad de respuesta en la calidad del servicio; el cuarto objetivo es determinar la influencia que tiene la seguridad en la calidad de servicio y por último, analizar el impacto que genera la dimensión empatía en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”.

Para dar cumplimiento a los objetivos se aplicó el instrumento de medición modelo Servperf, además, se incluyó preguntas de información socioeconómica las mismas que sirvieron para complementar la investigación, la encuesta se realizó en la casa matriz de la Cooperativa a una muestra aleatoria de 356 socios y la información obtenida fue llevada a un análisis estadístico. Así mismo la metodología desarrollada corresponde a un estudio descriptivo y correlacional.

Del resultado de las encuestas, se determinó que la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” obtuvo un promedio global de percepciones de 4,36/5 esto indica que el nivel de la calidad del servicio, con base a una escala de 0 a 5 es elevada que de manera

general los socios valoran a la atención recibida como buena y que mientras más se acerque al cinco está próximo a alcanzar la calificación perfecta.

El coeficiente de Spearman es de 0,848 lo cual indica que existe una correlación positiva muy fuerte entre las dimensiones del modelo SERVPERF y la calidad de servicio. Las dimensiones elementos tangibles y empatía son las más valoradas por los socios, mientras que en la dimensión fiabilidad existe debilidad, debido a que los socios manifiestan que la Cooperativa no está cumpliendo a cabalidad con la organización del tiempo prometido para la realización del servicio.

Es importante señalar que la encuesta de percepción aplicada permitió conocer la efectividad de la calidad del servicio y el coeficiente de Spearman determinó el grado influencia de las dimensiones.

Palabras claves

Calidad, servicio, modelo SERVPERF, Cooperativa.

SUMMARY

The overall objective of this research is to measure the quality in the service offered by the Savings and Credit Cooperative "Loja Educators" from the perspective of the partner through SERVPERF.

For the realization of the same, the specific objectives were set out which are to determine the quality of service using the Servperf model considered as one of the most important models presented by Cronin & Taylor (1992-1994) which employs 22 assertions regarding the customer's perceptions of the service received based on 5 dimensions: tangible elements, refers to the appearance of physical facilities, equipment and employees; reliability, which is the organization's ability to deliver on what is promised and to do so without errors; responsiveness is the willingness to help users, the speed and agility of the service; Safety, describes knowledge, courtesy of employees, ability to inspire trust and security; empathy, refers to careful and individualized attention, the ability to listen and understand needs.

Therefore, the first objective is to determine the influence of tangible elements on the quality of service of the Cooperative; the second objective is to establish the degree to which reliability influences quality of service; the third objective is to interpret at what level the responsiveness influences the quality of service; the fourth objective is to determine the influence that safety has on the quality of service and finally, to analyze the impact generated by the empathy dimension on the quality of the service of the Savings and Credit Cooperative "Educadores de Loja".

In order to meet the objectives, the Servperf model measuring instrument was applied, in addition, socio-economic information questions were included as those that served to complement the research, the survey was conducted at the headquarters of the Cooperative to a random sample of 356 members and the information obtained was carried out for statistical analysis. Likewise, the methodology developed corresponds to a descriptive and quantitative study.

From the survey result, it was determined that the Savings and Credit Cooperative "Educadores de Loja" obtained an overall average of perceptions of 4.36/5 indicating that the level of quality of service, based on a scale of 0 to 5 is high that in general they value the attention received as good and that the closer the five is close to reaching the perfect rating.

Spearman's coefficient is 0.848 which indicates that there is a very strong positive correlation between the dimensions of the SERVPERF model and the quality of service. The dimensions tangible elements and empathy are the most valued by the partners, while in the reliability dimension there is weakness, because the partners show that the Cooperative is not fully complying with the organization of the promised time for the realization of the service.

It is important to note that the applied perception survey made it possible to know the effectiveness of the quality of service and Spearman's coefficient determined the degree of influence of dimensions.

Keywords

Quality, service, SERVPERF model, Cooperative.

c. INTRODUCCIÓN

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito han logrado un gran crecimiento haciendo importantes aportes a la economía y a la sociedad. El éxito de las instituciones depende de la habilidad y capacidad para aplicar estrategias que les permitan ubicar en una posición competitiva, estas estrategias deben estar vinculadas con la calidad debido a que en la actualidad se ha convertido en la variable de decisión más importante al momento de adquirir un producto o servicio.

La calidad en el servicio es un poco más compleja debido a que radica en base a tres características: 1) la intangibilidad, los servicios no son objetos más bien son resultados; 2) la heterogeneidad, el resultado varía de cliente a cliente y 3) la inseparabilidad, donde la producción del servicio se presenta en el mismo momento de su consumo. Por lo tanto, dificulta el control y valoración de resultados.

En efecto, debido a que todos los socios reciben de diferente manera el servicio y a eso le sumamos que en la Cooperativa no existen antecedentes de la valoración de la atención recibida, se aplicó el modelo SERVPERF presentado por Cronin & Taylor en el año de 1992 que es un cuestionario basado en 5 dimensiones que ayudó a conocer la percepción que tienen los socios acerca del servicio recibido. Así mismo, las encuestas se realizaron a una muestra de 356 socios en la casa matriz de la Cooperativa.

Los resultados obtenidos permitieron cumplir con el objetivo principal del trabajo de investigación que es medir la calidad en el servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” desde la perspectiva del socio, a través del análisis estadístico y planteamiento de hipótesis.

Según el reglamento de régimen académico de la Universidad Nacional de Loja el informe de tesis contiene las siguientes partes: **Título**, que es el tema central de investigación; **Resumen**, en el cual se detalla una síntesis de lo más importante del trabajo y además se traduce al idioma inglés; **Introducción**, que señala importancia, aporte, y estructura el cual es un breve resumen de la tesis; **Revisión de literatura**, en este punto se desarrolla la recopilación bibliográfica de conceptos relacionados con la Calidad del servicio que ayudan a comprender de una mejor manera el trabajo de investigación; **Materiales y métodos**, en donde se especifican los métodos utilizados y las técnicas aplicadas para el desarrollo del informe; **Resultados**, que es el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las

encuestas dirigidas a los socios y mediante un análisis estadístico medir cómo influyen las dimensiones del modelo SERVPERF en la calidad del servicio; **Discusión**, se realiza el análisis y la comparación de los resultados obtenidos con trabajos investigados de similar naturaleza; **Conclusiones**, son los resultados obtenidos y deducciones finales; **Recomendaciones** son las sugerencias que serán consideradas para la toma de decisiones que contribuyan a mejorar la calidad del servicio; **Bibliografía** que se utilizó para facilitar la argumentación teórica de la investigación; y **Anexos** son aquellos documentos que sirven de soporte para el desarrollo de la tesis.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Sistema Financiero Nacional

Según la Superintendencia de Bancos (2013) el sistema financiero ecuatoriano es:

El conjunto de instituciones que tiene como objetivo canalizar el ahorro de las personas. Esta canalización de recursos permite el desarrollo de la actividad económica (producir y consumir) haciendo que los fondos lleguen desde las personas que tienen recursos monetarios excedentes hacia las personas que necesitan estos recursos. Los intermediarios financieros crediticios se encargan de captar depósitos del público y, por otro, prestarlo a los demandantes de recursos.

Importancia

Delgado & Martillo (2015) señalan que el sistema financiero desempeña un papel fundamental en el funcionamiento y desarrollo de la economía cuya función principal es la captar y colocar. Con el financiamiento que otorga el sistema financiero a las empresas o instituciones realizan inversión productiva generando más empleo y de esta manera alcanzar crecimiento económico y bienestar de la población.

Clasificación del sistema financiero nacional

Según el Código Orgánico Monetario y Financiero (2014) el sistema financiero nacional está integrado por:

Art. 161.- Sector financiero público. El sector financiero público está compuesto por:

1. Bancos; y,
2. Corporaciones.

Art. 162.- Sector financiero privado. El sector financiero privado está compuesto por las siguientes entidades:

1. Bancos múltiples y bancos especializados;
2. De servicios financieros.
3. De servicios auxiliares del sistema financiero.

Art. 163.- Sector financiero popular y solidario. El sector financiero popular y solidario está compuesto por:

1. Cooperativas de ahorro y crédito;
2. Cajas centrales;
3. Entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales y cajas de ahorro; y,
4. De servicios auxiliares del sistema financiero.

También son parte del sector financiero popular y solidario las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda.

Las entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales y cajas de ahorro se registrarán por las disposiciones de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y las 8 regulaciones que dicte la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera (Registro Oficial N° 332, 2014).

Segmentación del sector financiero popular y solidario

En referencia a lo dispuesto en artículo 14, numeral 35 del Código Orgánico Monetario y Financiero, la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera expidió la resolución No. 038-2015-F, con fecha 13 de febrero de 2015, en la que se estableció la "Norma para la segmentación de las entidades del sector financiero popular y solidario", en la que dispone:

Las entidades del sector financiero popular y solidario de acuerdo al tipo y al saldo de sus activos se ubicarán en los siguientes segmentos:

Tabla 1

Segmentación del sector popular y solidario

Segmento	Activos (USD)
1	Mayor a 80'000.000,00
2	Mayor a 20'000.000,00 hasta 80'000.000,00
3	Mayor a 5'000.000,00 hasta 20'000.000,00
4	Mayor a 1'000.000,00 hasta 5'000 000,00
5	Hasta 1'000.000,00 Cajas de Ahorro, bancos comunales y cajas comunales

Fuente; Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera

Sector Cooperativo

En el Art. 21 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero al sector Cooperativo lo define como:

El conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social.

Importancia de las Cooperativas

Poveda, Erazo, & Neira (2017) infieren que, en lo social es de suma importancia debido a esto nace el sistema cooperativo dando repuesta a la necesidad económicas por faltas de préstamos. El cooperativismo estimula el desarrollo y crecimiento económico del País, tienen como finalidad ayudar a todos los sectores que tengan menos recursos financieros dando les un préstamo con las tasas más bajas para que puedan tener una mejor calidad de vida para sus familias.

Cooperativas de Ahorro y Crédito.

En el Art. 81 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero (2011) define a las Cooperativas de Ahorro y Crédito como “Organizaciones formadas por personas naturales o jurídicas que se unen voluntariamente con el objeto de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y previa autorización de la Superintendencia, con clientes o terceros”.

Productos y servicios

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero en el Art. 83 establece las actividades financieras de las cooperativas de ahorro y crédito, entre las principales tenemos:

- a) Recibir depósitos a la vista y a plazo;
- b) Otorgar préstamos a sus socios;
- c) Conceder sobregiros ocasionales;
- d) Efectuar servicios de caja y tesorería;

- e) Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos;
- f) Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósito para su custodia y arrendar casilleros o cajas de seguridad para depósitos de valores;
- g) Actuar como emisor de tarjetas de crédito y de débito;
- h) Asumir obligaciones por cuenta de terceros a través de aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito, así como por el otorgamiento de garantías, fianzas y cartas de crédito internas y externas, o cualquier otro documento, de acuerdo con las normas y prácticas y usos nacionales e internacionales;
- i) Recibir préstamos de instituciones financieras y no financieras del país y del exterior;
- j) Emitir obligaciones con respaldo en sus activos, patrimonio, cartera de crédito hipotecaria o prendaria propia o adquirida;
- k) Negociar títulos cambiarios o facturas que representen obligación de pago creados por ventas a crédito y anticipos de fondos con respaldo de los documentos referidos;
- l) Invertir preferentemente, en este orden, en el Sector Financiero Popular y Solidario, sistema financiero nacional y en el mercado secundario de valores y de manera complementaria en el sistema financiero internacional;
- m) Efectuar inversiones en el capital social de cajas centrales; y,
- n) Cualquier otra actividad financiera autorizada expresamente por la Superintendencia

Calidad

El concepto de la calidad es multidimensional debido a que las necesidades del cliente son muchas. Kaoru Ishikawa (como se citó en Atencio & González, 2007) “En su interpretación más estrecha, calidad significa calidad del producto, pero en su interpretación más amplia significa calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad del proceso, calidad de la dirección, calidad de la empresa” (pág. 174).

Historia de la calidad.

Según (Amaru, 2009) la historia de la evolución que transformó el tradicional control de la calidad en la moderna administración de la calidad total comprende tres periodos, filosofías o eras principales:

- **Era de la inspección**

Desde antes de la Revolución Industrial se practicaba una especie de control de calidad con el propósito de separar el producto bueno del defectuoso. En los orígenes de la industria moderna el propio artesano realizaba la inspección, con el interés genuino de hacer productos de acuerdo con las especificaciones rigurosas que atendieran sus propias exigencias estéticas o que impresionaran de manera positiva a los clientes.

- **Era del control estadístico**

El pionero de la aplicación de la estadística al control de calidad fue Walter A. Shewhart, de los Laboratorios Bell, que en 1924 preparó el primer borrador de lo que se llegaría a conocer como carta de control. En forma paralela, dos colegas de Shewhart, Dodge y Romig, desarrollaron técnicas de muestreo, el cual aducía que el control estadístico de la calidad se basa en estos, pues, en lugar de inspeccionar todos los productos se procede a seleccionar por muestreo cierta cantidad para su inspección.

- **Era de la calidad total**

En 1961, Armand Feigenbaum presentó la idea del control de calidad total, la que no solo se basaba en la conformidad con las especificaciones, sino, que debe estar integrada en el servicio a partir de las pretensiones e intereses del cliente; también se refería, que el factor humano desempeña un papel primordial y que a la larga todo producto o servicio es manejado o proporcionado un par de manos humanas como consecuencia, la obtención de la calidad depende de la participación y del apoyo de las personas.

Servicio

Según al autor Duque (2005) define el servicio como “El trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor” (pág. 64).

Así mismo, para Tschohl (2008) servicio implica; mantener a los clientes existentes, atraer nuevos clientes y dejar en todos ellos una impresión de la organización que les induzca a hacer de nuevo negocios con la misma.

Características de los servicios.

Duque (2005) menciona tres características fundamentales de los servicios: la intangibilidad, la heterogeneidad, y la inseparabilidad.

- **La intangibilidad:** Se refiere a que la mayoría de los servicios son intangibles, es decir, no son objetos, más bien son resultados ya que la calidad de un servicio se la comprueba en el momento que se lo adquiere. Por lo tanto, debido a su carácter intangible una empresa, institución u organización puede tener dificultades para comprender la percepción de los clientes por el servicio prestado.
- **La heterogeneidad:** Son heterogéneos en el sentido de que los resultados de su prestación pueden ser variables de cliente a cliente, de día a día, debido a esto, es difícil asegurar una calidad similar, porque la percepción puede resultar diferente a la que la empresa considera estar proporcionando.
- **La inseparabilidad:** La producción y consumo son simultáneos sin importar la naturaleza del servicio, su producción se presenta en el mismo momento de su consumo, es decir, cuando interactúan el cliente y la persona de la empresa que presta el servicio.

Características del servicio de calidad.

Paz (como se citó en López, 2013) menciona algunas características y cualidades que debe poseer el personal que labora en todo tipo de organizaciones, y que son habilidades necesarias sobre todo para aquel que está en contacto directo con los clientes, entre ellas menciona las siguientes:

- **Formalidad:** Honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad.
- **Iniciativa:** Ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- **Disposición de servicio:** Es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- **Don de gentes:** Tener capacidad para establecer relaciones afectuosas con los demás, y disfrutarlo.

- **Imaginación:** Es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
- **Aspecto externo:** Es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente.

Coste causado al no ofrecer productos y servicios de calidad al cliente.

El coste de mantener a un cliente suele ser menor que el coste de conseguir un cliente nuevo, con base a esto las organizaciones realizan un esfuerzo en sus inversiones para garantizar la calidad, sin olvidar que un cliente satisfecho se convierte en la estrategia de promoción más efectiva, sin embargo, aquellas empresas que no poseen una política acerca de la calidad en la atención al cliente se enfrenta a gastos causados por no satisfacer los márgenes de calidad.

Según Pérez (2006) los gastos generados por falta de calidad en los productos y servicios son:

- Los internos que se refiere a la falta de calidad en el diseño de los productos y servicios antes de que sean ofrecidos al cliente.
- Gastos externos cuando solicitan una reparación o devolución.
- Coste de oportunidad que son aquellos ingresos que la institución no recibe por no haber cumplido con los niveles de calidad.

Cliente

Thompson (2009) define al término cliente como a la persona, empresa u organización que de forma voluntaria adquiere o compra productos y/o servicios que necesita o desea, motivo principal por el cual son creados u ofrecidos.

Servicio al cliente

Paz (2005) señala que el servicio al cliente “Está constituido por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes” (pág. 17).

Importancia del servicio al cliente.

López (2013) señala que hoy en día, el servicio al cliente se ha convertido en uno de los aspectos más importantes para cualquier organización. Debido a que la competencia es cada vez mayor y los clientes son más exigentes, que no solo buscan precio y calidad sino una buena atención donde se sientan satisfechos, teniendo en cuenta que el cliente es el que tiene la última palabra.

Satisfacción del cliente

Ibarra & Casas (2015) explica que la satisfacción del cliente es el principal criterio cuando se trata de determinar la calidad del producto o servicio, además, es clave para la perdurabilidad de la organización debido a que influye en la decisión del cliente de repetir en la experiencia del servicio y su efecto multiplicador en términos de comunicación “boca-oído”.

Elementos que conforman la satisfacción del cliente.

Según Thompson (2005) la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

1. El rendimiento percibido

Se refiere al desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. El rendimiento percibido tiene las siguientes características: se determina desde el punto de vista del cliente, se basa en los resultados que el cliente obtiene con el servicio, está basado en las percepciones del cliente, impacto de las opiniones de otras personas hacia el cliente y depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

2. Las expectativas

Son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas se producen en bases a estas situaciones; promesas que hace la empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio, experiencia de compras anteriores, opiniones de personas y promesas que ofrecen los competidores.

3. Niveles de satisfacción

Luego de haber realizado la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan niveles de satisfacción.

Ibarra & Casas (2015) infieren los tres niveles de satisfacción del cliente:

Insatisfacción: Cuando el cliente no queda satisfecho por el servicio que le brindan. Por esa razón cambiará de proveedor de forma inmediata.

Satisfecho: Cuando el servicio o producto cumple con las expectativas del cliente, se mantendrá leal siempre hasta que no tenga una mejor oferta.

Satisfecho “encantado”: Cuando el cliente recibe más de lo que esperaba, será leal al proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional.

Calidad del servicio

La calidad del servicio se centra en alcanzar a cubrir las necesidades y los requerimientos de los consumidores, así como también en evaluar de qué manera el servicio prestado cumple con las expectativas de los clientes, es decir, la calidad del servicio se relaciona directamente con las expectativas y percepciones (Ibarra & Casas , 2015).

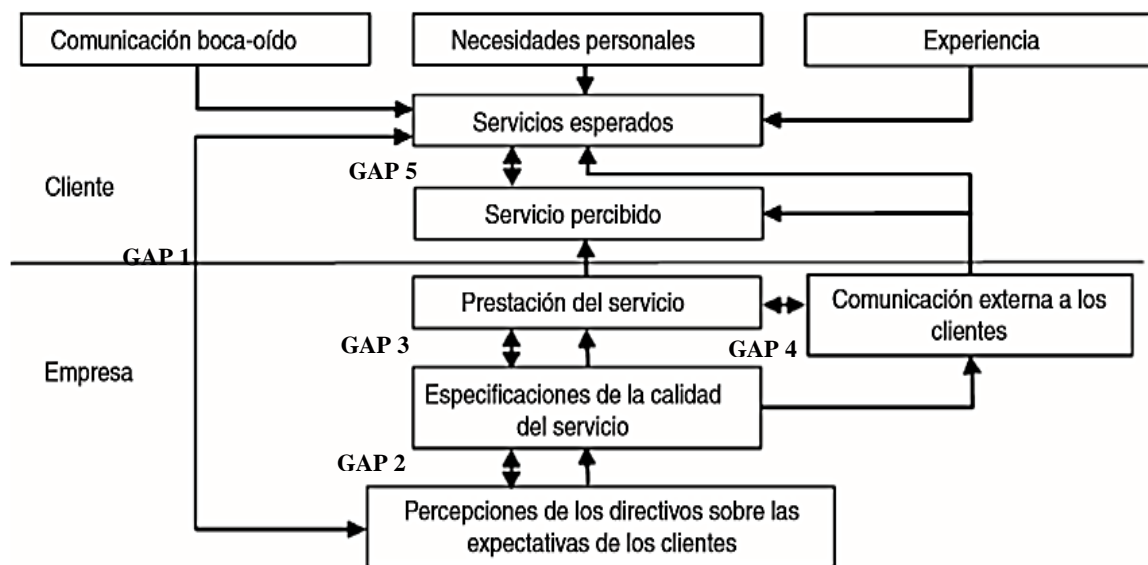


Figura 1. Modelo conceptual de la calidad del servicio.
Fuente: Torres & Luna (2017)

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) presentan el modelo de calidad en el servicio en base a investigaciones realizadas, el cual se define como una discrepancia entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y las percepciones sobre el servicio ofrecido por la institución

Razones de discrepancias

GAP 1. Brecha entre la percepción de la gestión y la expectativa del consumidor

Existían discrepancias entre las percepciones ejecutivas y las expectativas de los consumidores, es decir, los ejecutivos de la institución pueden no siempre entender qué características connota alta calidad a los consumidores por adelantado, lo que las características de un servicio deben tener para satisfacer las necesidades de los consumidores, y qué niveles de rendimiento en esas características son necesarios para entregar alta servicio de calidad.

GAP 2. Brecha entre la percepción de la gestión y las especificaciones de la calidad del servicio.

La discrepancia puede ser por una variedad de factores: por los recursos con-desmayo, las condiciones del mercado, la administración en la diferencia puede resultar en una discrepancia entre las percepciones de la gerencia de las expectativas de los consumidores y las especificaciones reales establecidas para un servicio. Se predice que esta discrepancia afectará las percepciones de calidad de los consumidores.

GAP 3. Especificaciones de calidad del servicio-brecha de prestación de servicios.

Cuando existen incluso pautas para realizar bien los servicios y tratar correctamente a los clientes, el rendimiento del servicio de alta calidad puede no ser una certeza. Los ejecutivos reconocen que los empleados de una empresa de servicios ejercen una fuerte influencia en la calidad del servicio y que el desempeño de los empleados no siempre puede ser estandarizado.

GAP 4. Prestación de servicios-brecha de comunicaciones externas

Los medios publicitarios y otras comunicaciones de una empresa pueden afectar las expectativas de los consumidores. Es decir, las comunicaciones externas pueden afectar no sólo las expectativas de los consumidores sobre un servicio, sino también las percepciones de los consumidores del servicio entregado.

La empresa debe estar segura de no prometer más en las comunicaciones de las que puede ofrecer en realidad. Prometer más de lo que se puede entregar elevará expectativas iniciales, pero menores percepciones de calidad cuando las promesas no se cumplen.

Este modelo muestra cómo surge la calidad de servicio y cuáles son los pasos que se deben considerar al analizar y planificar la misma.

GAP 5. La brecha de servicio esperado y percibido

Los grupos de interés apoyaron la noción de que la clave para garantizar una buena calidad del servicio es satisfacer o superar lo que los clientes esperan del servicio.

De los resultados obtenidos de las entrevistas ejecutivas y los grupos de interés constituyen la base de un modelo que retrata la naturaleza y los determinantes de la calidad del servicio percibidos por los consumidores.

La base de este modelo es el conjunto de brechas mencionadas anteriormente y la magnitud y la dirección de cada brecha tendrán un impacto en la calidad del servicio.

$$GAP5 = f(GAP1, GAP2, GAP3, GAP4)$$

Modelos para la medición de la calidad de los servicios.

Los modelos para medir la calidad del servicio dentro de una organización son: SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985, 1988), modelo de la escuela nórdica formulado por Grönroos (1988, 1994), modelo de los tres componentes por Rust y Oliver (1994), y el modelo SERVPERF presentado por Cronin & Taylor (1992, 1994).

Modelo SERVQUAL.

Es una escala de ítems que sirven para medir las expectativas, es decir lo que los clientes esperan de lo que sería un servicio de calidad y las percepciones reflejan la manera como los clientes captaron los servicios (Duque & Chaparro, 2012).

Parasuraman et al. (1988) luego de haber realizado estudios sobre la evaluación de la calidad del servicio encontraron diez dimensiones que los clientes consideran cuando reciben el servicio: fiabilidad, profesionalidad, accesibilidad, seguridad, capacidad de respuesta, cortesía, comunicación, credibilidad, comprensión y conocimiento del cliente y elementos tangibles.

Sin embargo, los autores observaron que hay una fuerte correlación entre las dimensiones, al final del procedimiento llegaron a la conclusión que en este modelo se utiliza un instrumento con 22 preguntas para las expectativas y 22 para la percepción del cliente divididas en 5 dimensiones.

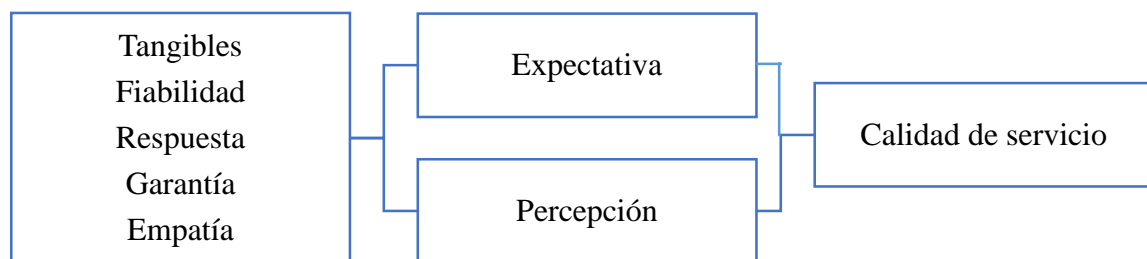


Figura 2. Modelo de análisis SERVQUAL.

Fuente: Aguilar, Guija, Polanco, & Rosales, (2017)

Con respecto al modelo existieron diferentes puntos de vista hasta llegar a la conclusión. Según Cronin y Taylor (como se citó en Sánchez, González , Gaytán, & Pelayo, 2017) que el modelo no era el más adecuado para evaluar la calidad del servicio, ya que este evaluaba a su vez las expectativas y la percepción del servicio, cuya diferencia significarían las distancias entre lo que espera recibir el cliente y lo que finalmente recibe, por lo que crearon una escala más concisa para medir solamente la satisfacción del servicio a través de la experiencia obtenida, retomando los mismos ítems propuestos por el modelo SERVQUAL.

Tabla 2.
Cuestionario *SERVQUAL*

Dimensión	Expectativas	Percepción
Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Las empresas excelentes tendrán equipos de aspecto moderno - Las instalaciones físicas de las empresas excelentes son visualmente atractivas - Los empleados de las compañías excelentes serán aseados en apariencia - Los materiales asociados con el servicio (como folletos o declaraciones) serán visualmente atractivos en una excelente empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - XYZ tiene un equipo de aspecto moderno - Las instalaciones físicas de XYZ son visualmente atractivas - Los empleados de XYZ son pulcros en apariencia. - Los materiales asociados con el servicio (como panfletos o declaraciones) son visualmente atractivos en XYZ
Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando las empresas excelentes prometen hacer algo por un cierto tiempo, lo harán - Cuando los clientes tienen un problema, las empresas excelentes mostrarán un interés sincero en solucionarlo. - Excelentes empresas realizarán el servicio correctamente la primera vez - Excelentes empresas ofrecerán sus servicios en el momento en que prometen hacerlo - Excelentes empresas insistirán en registros sin errores 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando XYZ promete hacer algo por un cierto tiempo, lo hace - Cuando se presenta un problema, XYZ muestra un sincero interés en resolverlo - XYZ realiza su servicio correctamente la primera vez - XYZ proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo - XYZ insiste en registros sin errores

	- Los empleados de compañías excelentes les dirán a los clientes exactamente cuándo los servicios serán realizados	- Los empleados de XYZ le indican exactamente cuándo se realizará el servicio.
Capacidad de respuesta	- Los empleados de las compañías excelentes darán servicio pronto a los clientes	- Los empleados de XYZ le dan un servicio rápido.
	- Los empleados de excelentes empresas estarán siempre dispuestos a ayudar a los clientes	- Los empleados de XYZ siempre están dispuestos a ayudar
	- Los empleados de empresas excelentes nunca estarán demasiado ocupados para responder a las peticiones de los clientes	- Los empleados de XYZ nunca están demasiado ocupados para responder peticiones

	- El comportamiento de los empleados de las empresas excelentes infundirá confianza en los clientes	- El comportamiento de los empleados de XYZ infunde confianza en los clientes
Seguridad	- Los clientes de las empresas excelentes se sentirán seguros en sus transacciones	- Hay seguridad en las transacciones con XYZ
	- Los empleados de excelentes empresas serán siempre corteses con los clientes	- Los empleados de XYZ son siempre corteses
	- Los empleados de excelentes empresas tendrán los conocimientos necesarios para responder a las preguntas de los clientes	- Los empleados de XYZ tienen el conocimiento para responder preguntas

	- Excelentes empresas darán a los clientes atención individual.	- Excelentes empresas darán a los clientes atención individual
	- Excelentes empresas tendrán horas de operación cómodas para todos sus clientes	- XYZ da atención individual
Empatía	- Excelentes empresas tendrán empleados que le brindarán atención personalizada a sus clientes	- XYZ tiene horas de servicio cómodas
	- Las compañías excelentes tendrán los mejores intereses del cliente en el corazón	- XYZ tiene empleados que prestan atención personalizada
	- Los empleados de excelentes empresas entenderán las necesidades específicas de sus clientes	- XYZ tiene sus mejores intereses en el corazón
		- Los empleados de XYZ entienden las necesidades específicas de sus clientes

Fuente: Adaptado de (Aguilar , Guija, Polanco, & Rosales , 2017)

Modelo de la escuela nórdica.

Duque (2005) señala que este modelo también es conocido como modelo de la imagen, en donde la calidad percibida por los clientes es la integración de la calidad técnica (qué se da) y la calidad funcional (cómo se da), y estas se relacionan con la imagen corporativa debido a que ellos consideran a la imagen como un elemento básico para medir la calidad percibida.

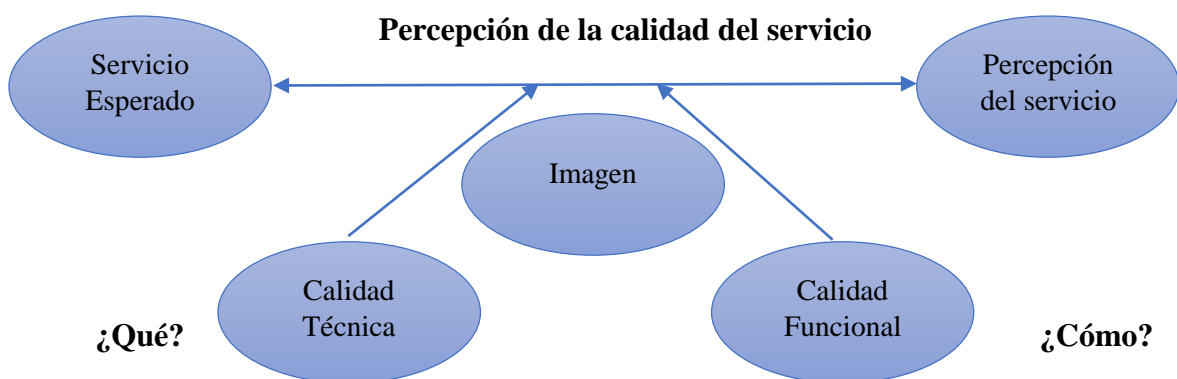


Figura 3. Modelo de análisis de la escuela nórdica.

Fuente: Duque, (2005)

El cliente está influido por el resultado del servicio, pero también por la forma en que lo recibe y la imagen corporativa. Todo ello estudia transversalmente las diferencias entre servicio esperado y percepción del servicio.

Modelo de los tres componentes.

Rust y Oliver (como se citó en Duque, 2005) argumentan que este modelo se compone de tres elementos:

Primero, el servicio y sus características, se refieren al diseño del servicio antes de ser entregado al cliente el punto clave es la determinación de las características relevantes o especificaciones a ofrecer.

En segundo lugar, el proceso de envío del servicio de entrega, que es la forma en que se presta el servicio y;

Por último, el ambiente del servicio que está subdividido en dos perspectivas: el ambiente interno se enfoca en la cultura organizacional y en la filosofía de la eliminación, y el externo se orienta principalmente al ambiente físico de la prestación del servicio.



Figura 4. Modelo de análisis de los tres componentes
Fuente. Duque (2005)

Modelo SERVPERF.

Sánchez, et al. (2017) señala:

El modelo SERVPERF se utiliza para examinar el desempeño de un establecimiento o servicio, el cual arroja una medición de la efectividad de un servicio. Se fundamenta en las percepciones del encuestado, ya que expresa el nivel de efectividad en lo que se desea analizar. Con esto se puede arrojar la eficacia de que los clientes o personas que usan el servicio, expresan su valoración sobre el servicio recibido. (pág. 268).

Para su instrumentación, el cuestionario del modelo SERVPERF se adapta del modelo SERVQUAL y emplea solo 22 afirmaciones respecto a las percepciones que tiene el cliente sobre el servicio recibido eliminando los 22 ítems que corresponden a las expectativas.

Cronin & Taylor (1992) determinaron que el modelo SERVPERF es más eficiente en comparación con el modelo SERVQUAL, debido a que generan una ventaja al momento de aplicar el cuestionario porque se elimina el 50% de número de elementos que deben medirse (44 ítems a 22 ítems).

Así mismo, Salomi, Miguel, & Abackerli (2005) en su investigación SERVQUAL x SERVPERF: comparación entre instrumentos para la evaluación de la calidad de los servicios internos concluyeron que es considerable la ventaja de utilización de la escala SERVPERF que además de la reducción de las cuestiones a ser respondidas por los entrevistados evitan la desmotivación del respondedor debido al gran número de cuestiones.

Percepción

Matsumoto (2014) señala a la percepción cómo la valoración que tienen las personas sobre los servicios recibidos. Es decir, de cómo reciben y evalúan los servicios de una organización.

La percepción depende del reconocimiento de emociones, de las impresiones y por atribuciones causales.

Dimensiones del modelo SERVPERF.

Torres & Luna (2017) describen las dimensiones del modelo SERVPERF.

Elementos tangibles: Mide la apariencia de las instalaciones físicas, de los equipos y la apariencia de los empleados.

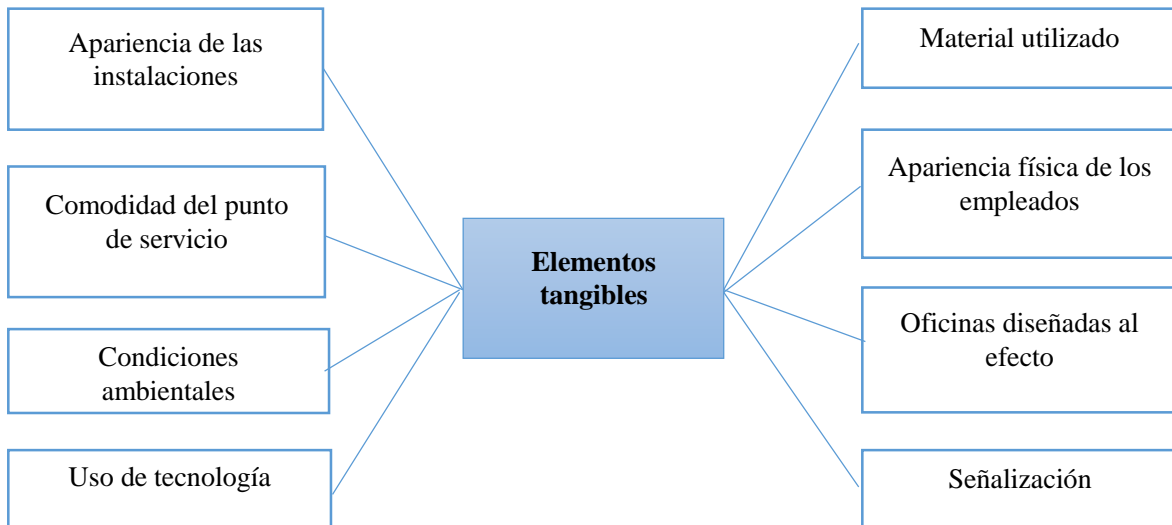


Figura 5. Conceptos asociados a la dimensión “elementos tangibles”
Fuente: Castellón (2014)

Fiabilidad: Mide la capacidad de la organización para cumplir con lo prometido y hacerlo sin errores.

Esta dimensión se basa en la percepción que tiene el cliente sobre la capacidad de realizar el servicio en la forma y plazos establecidos, es decir la fiabilidad representa la capacidad organizativa y de recursos para prestar el servicio de manera eficiente

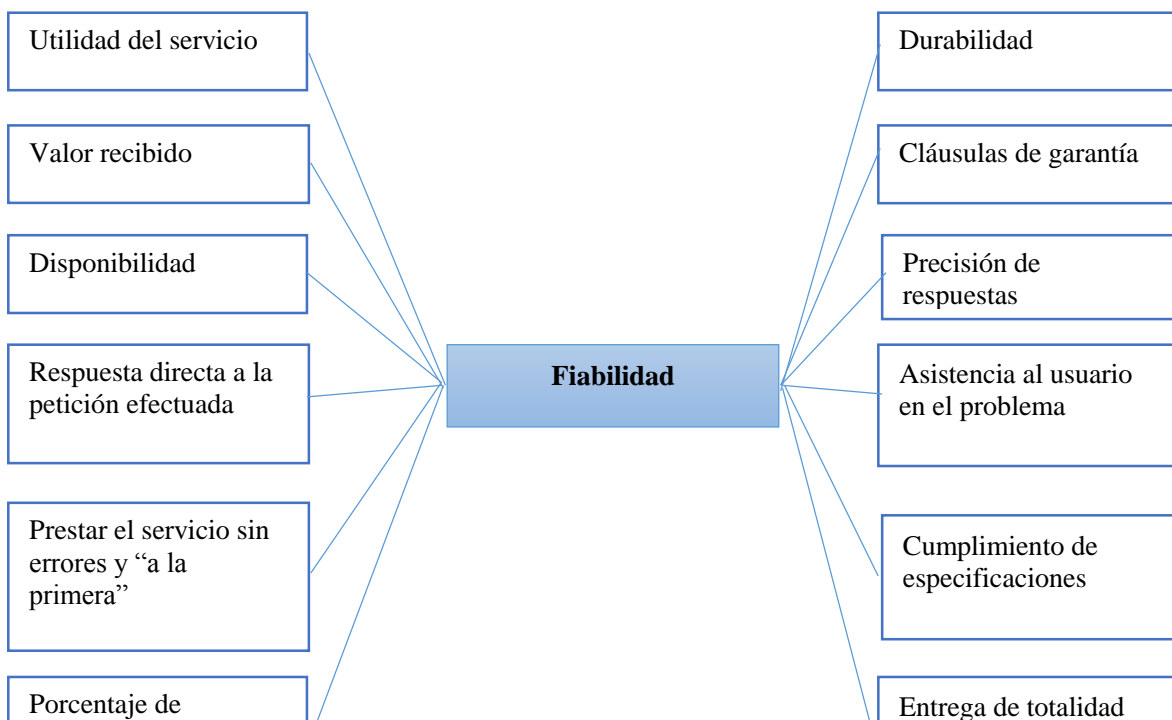


Figura 6. Conceptos asociados a la dimensión “fiabilidad”
Fuente: Castellón (2014)

Capacidad de respuesta: Mide la voluntad de ayuda a los usuarios y la rapidez y la agilidad del servicio

Es la habilidad de dar un servicio, rápido, puntual y oportuno. No basta con poseer medios para prestar el servicio, sino que tiene que ser posible prestarlo cuando requiere el usuario. La dimensión responde a la inmediatez en hacerse responsable de algo y en la rapidez de dar solución.

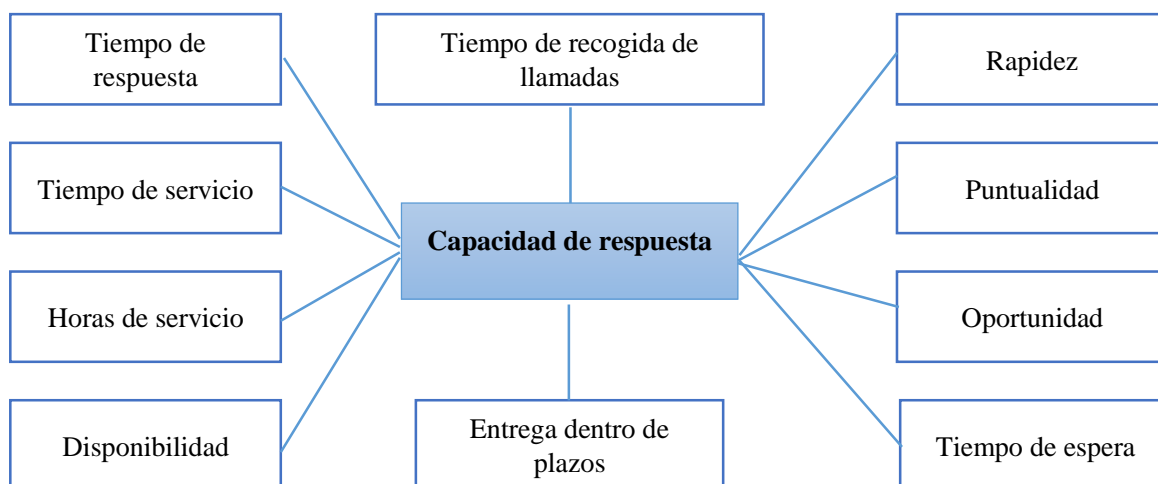


Figura 7. Conceptos asociados a la dimensión “Capacidad de respuesta”

Fuente: Castellón (2014)

Seguridad: Mide el conocimiento y la cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad.

Castellon (2014) señala que la seguridad es cuando la persona que lo atiende al cliente inspira confianza y tranquilidad de estar haciendo lo correcto, demostrando sus habilidades y destrezas en el desarrollo del servicio. Esta dimensión agrupa los siguientes criterios:

Profesionalidad: Se refiere a la competencia técnica, destrezas y conocimiento para dar el servicio.

Cortesía: Es como atienden al cliente demostrando respeto, amabilidad, educación

Credibilidad: Es la veracidad, creencia, equidad en el servicio que provee.

Seguridad: Inexistencia de peligros, riesgos y dudas.

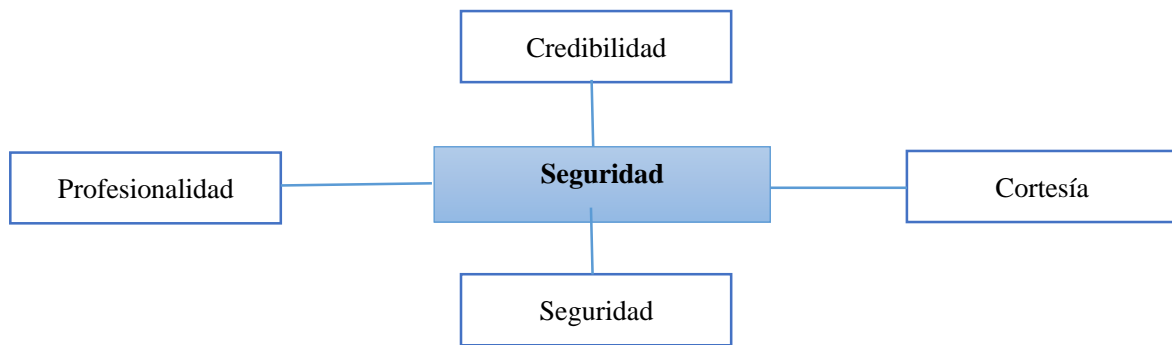


Figura 8. Conceptos asociados a la dimensión “Seguridad”

Fuente. Castellón (2014)

Empatía: Mide la atención esmerada e individualizada, la facilidad de acceso a la información, la capacidad de escuchar y entender las necesidades.

La calidad del servicio no solo se basa en la cortesía profesional, sino también en entender y resolver necesidades de los clientes. Así mismo esta dimensión agrupa los siguientes criterios:

Accesibilidad: Es el tener un servicio accesible y fácil de contactar.

Comunicación: Mantener a los clientes informados, con un lenguaje claro de manera que puedan comprender. Así mismo saber escuchar y tener la capacidad para explicar.

Comprensión del usuario: Conocer al cliente y la necesidad del servicio.

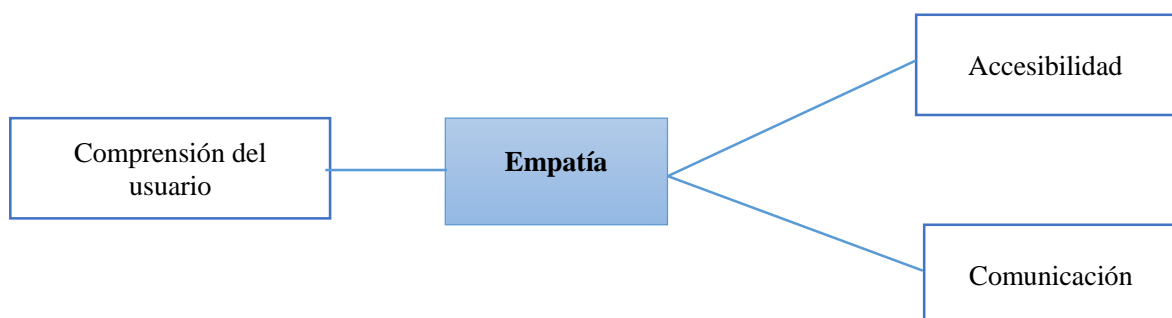


Figura 9. Conceptos asociados a la dimensión “Empatía”

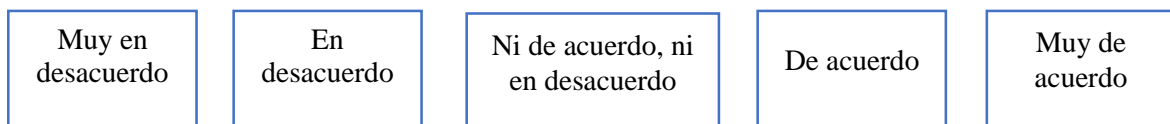
Fuente. Castellón (2014)

Escala de Likert

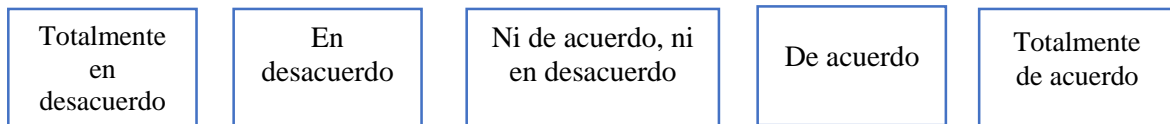
La presentación de este método de medición fue desarrollada por Rensis Likert en 1932. Fabila, Minami, & Izquierdo (2014) la definen como una escala ordinal constituida por una serie de ítems ante las cuales se solicita la reacción del sujeto, dicho interrogante señala el grado de acuerdo o desacuerdo con cada proposición dependiendo de la investigación, a cada posible respuesta se establece una puntuación.

Hernández (2014) presentan algunas alternativas de escala de Likert más comunes. Las opciones de respuesta pueden colocarse de manera horizontal o vertical sin olvidar que a cada una de ellas se le asigna un valor numérico.

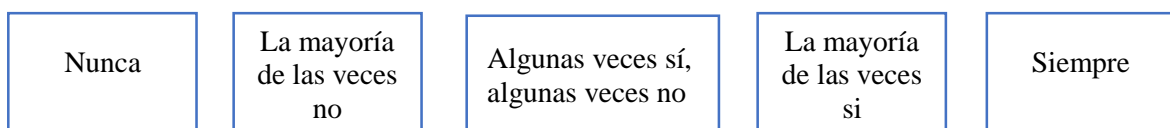
Alternativa 1



Alternativa 2



Alternativa 3



Alternativa 4

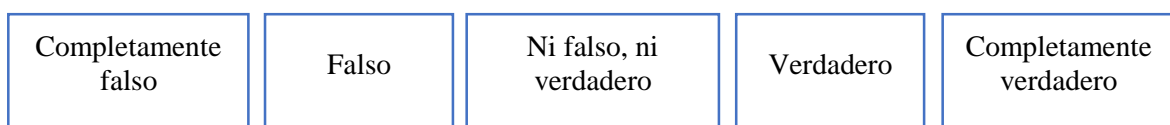


Figura 10. Opciones o puntos en las escalas de Likert.

Fuente: Adaptado de Hernández (2014)

Cervantes (2005) señala que el coeficiente α (alpha) fue propuesto en 1951 por Cronbach como un estadístico para estimar la confiabilidad de una prueba, o de cualquier compuesto obtenido a partir de la suma de varias mediciones. Este coeficiente evalúa la consistencia interna del conjunto de ítems o partes del compuesto.

Fórmula

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Dónde:

- α = Alfa de Cronbach
- K = Número de ítems
- Vi = Varianza de cada ítem
- Vt = Varianza total

Cálculo de la confiabilidad

Hay diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan procedimientos y fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad. La mayoría oscilan entre cero y uno, donde un coeficiente de cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad (fiabilidad total, perfecta). Cuanto más se acerque el coeficiente a cero, mayor error habrá en la medición. (Hernández, 2014, pág. 207)

Tabla 3

Interpretación de un coeficiente de confiabilidad.

Nula	Muy baja	Baja	Regular	Aceptable	Elevada	Total o perfecta
0						1
0% de confiabilidad en la medición (está contaminada de error)						100% de confiabilidad (no hay error)

Fuente: Hernández (2014)

Correlación de Spearman

Hernández (2014) define:

Los coeficientes rho de Spearman, simbolizado como r_s , es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal (ambas), de tal modo que los individuos, casos o unidades de análisis de la muestra pueden ordenarse por rangos (jerarquías). Son coeficientes utilizados para relacionar estadísticamente escalas tipo Likert por aquellos investigadores que las consideran ordinales. (pág. 322)

Fórmula:

$$r = 1 - \frac{6 \sum d_1^2}{n(n^2 - 1)}$$

Tabla 4

Coefficiente de correlación de Spearman

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Mondragón (2014)

Mondragón (2014) explica que el coeficiente de correlación de rangos de Spearman puede puntuar desde -1.0 hasta +1.0. Es decir, los valores cercanos a +1.0, indican que existe una fuerte asociación entre las clasificaciones, o sea que a medida que aumenta un rango el otro también aumenta; los valores cercanos a -1.0 señalan que hay una fuerte asociación negativa entre las clasificaciones, es decir que, al aumentar un rango el otro decrece. Cuando el valor es 0.0, no hay correlación.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

El trabajo de investigación se realizó con un enfoque descriptivo y correlacional los mismos que permitieron conocer las características y el grado de asociación o relación de variables de la calidad del servicio ofrecido por la Cooperativa Educadores de Loja.

Materiales

Los materiales que se utilizaron para el desarrollo de la investigación son: Portátil, impresora, libros, revistas, documentos científicos, calculadora, flash memory, resmas de papel bond, bolígrafos, carpetas, copias, anillados, empastados, etc.

Métodos

Para la elaboración del trabajo fue necesario la aplicación de diferentes métodos y técnicas.

A través de la **revisión bibliográfica** de libros, revistas, artículos científicos, y documentos vinculados a la temática, los mismos que sirvieron como guía para extraer conceptos, definiciones y cuadros sinópticos para construir el marco teórico partiendo de títulos generales hasta llegar a los temas más específicos, esta técnica se acompañó con el **método deductivo**.

Posteriormente, se empleó una **encuesta** modelo SERVPERF que se basa en 5 dimensiones (elementos tangibles, seguridad, empatía, fiabilidad y la capacidad de respuesta), debido a que es un instrumento preciso para conocer la calidad de servicio a partir de la valoración del socio en función de la experiencia, y además se incluyeron preguntas de información socioeconómica del socio. El instrumento de medición se lo aplicó dentro de la organización.

Para medir la calidad del servicio se utilizó la escala de Likert de cinco niveles, donde la menor escala es uno lo que significa totalmente en desacuerdo mientras que la mayor es cinco, la misma significa que está totalmente de acuerdo conforme a la tabla que se detalla a continuación:

Tabla 5.
Medidas de escala Likert

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Una vez recolectada la información, el **método estadístico** permitió tabular las encuestas utilizando el programa SPSS que posteriormente se lo generó al software Excel, para extraer tablas y figuras. Así mismo, se realizó cálculos estadísticos que mediante la correlación de Spearman se logró explicar la relación entre las dimensiones del modelo SERVPERF y la calidad del servicio para el análisis de resultados.

Con los resultados obtenidos, con el **método descriptivo** se realizó una descripción de las percepciones que tienen los socios sobre la calidad del servicio recibido en la Cooperativa de cada una de las dimensiones del modelo SERVPERF.

El **método analítico** y la **observación directa** se empleó para analizar e interpretar los resultados obtenidos de cada una de las dimensiones: elementos tangibles, seguridad, empatía, fiabilidad y la capacidad de respuesta permitiendo el desarrollo de la discusión.

Finalmente, se estructuró el informe final de investigación conforme lo establece la normativa institucional de la Universidad Nacional de Loja, en el documento se destacó las conclusiones y recomendaciones de la autora, tomando en cuenta los hallazgos del proceso de investigación.

Población y muestra

Población

La población de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” está compuesta por 4860 socios, información obtenida mediante el Ing. Luis Jiménez analista de sistemas de la Cooperativa.

Muestra

El tamaño de la muestra se determinó mediante la fórmula para la población finita.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Tabla 6.*Variables y equivalentes para el cálculo de la muestra*

Variable	Descripción	Equivalente	Valor
N			?
Z	Valor z (nivel de confianza)	95%	1,96
P	Probabilidad a favor	50%	0,5
Q	Probabilidad en contra	50%	0,5
N	Población total		4860
E	Límite de error	5%	0,05

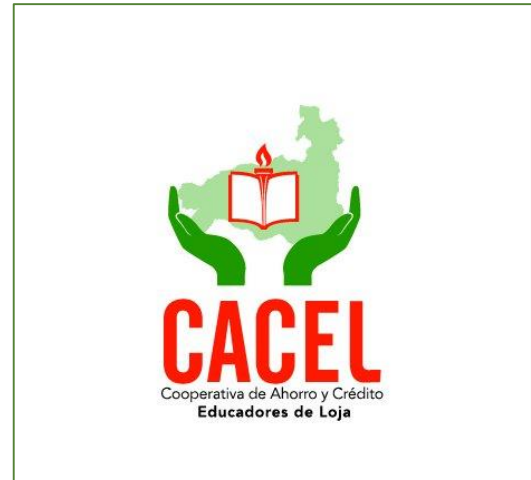
Desarrollo:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 4860}{0,05^2(4860 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 356$$

La muestra corresponde a 356, siendo el total de encuestas que se aplicaron a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”.

f. RESULTADOS



Antecedentes

En la creación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” trae a la memoria los grandes hechos que cumplieron los socios fundadores que tuvieron una gran visión y proyección al crear esta institución financiera al servicio del magisterio Lojaño inspirada en los principios universales del Cooperativismo.

Es así como allá por el año 1964, siendo Director de la escuela “Miguel Riofrío”, el Sr. Profesor David Pacheco Ochoa, un destacado maestro, visionario, artista y poeta lojano, conversando con algunos subalternos suyos surgió la idea de hacer pequeños ahorros entre profesores de buena voluntad, las reiteradas conversaciones no se hicieron esperar, la idea de ahorrar aun cuando fuera poco dinero, maduró prontamente, que aun trascendió en el ánimo de colegas de otros establecimientos educativos.

Por otra parte, llegaron a saber de la presencia de un entusiasta personaje de origen Quiteño muy entendido en Cooperativismo. Su nombre era el Prof. Ricardo Cardoso, tomaron contacto con él y conversaron por reiteradas ocasiones. Fue este personaje el que los asesoró muy acuciosa-mente sobre el movimiento cooperativista y el 14 de enero de 1966 se reúnen con el magisterio primario de la ciudad de Loja para formar el comité organizador de la Cooperativa de Ahorro y Crédito del Magisterio Lojano.

Se dio inicio a la Cooperativa con el aporte 10,00 sucres mensuales. Por algunas ocasiones se contactaron con organizaciones cooperativistas a nivel internacional que los visitaban con el afán de asesorarlos y supervisarlos sobre el cooperativismo a través de seminarios.

El 8 de marzo de 1966 con acuerdo Ministerial Nro. 5790. El Ministerio de Previsión Social aprueba los estatutos, inscrita en el Registro General de Cooperativas el 8 de marzo de 1966 con el número de orden 1480, y desde esta fecha comienza la vida Jurídica de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” de capital variable e ilimitado número de socios.

Actualmente la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja, cuenta con alrededor de cinco mil socios, los cuales son educadores de todos los niveles pre-primario, primario, medio y superior que ejercen la docencia con nombramiento en la provincia de Loja, también la conforman los Colectoras, Secretarias, Auxiliares de Servicio es decir el personal administrativo de la educación.

Entidad del sector financiero popular y solidario que de acuerdo al tipo y al saldo de sus activos se encuentra ubicada en el segmento 2.







Misión

Somos una entidad financiera que contribuye al bienestar económico del magisterio, promoviendo su desarrollo en la provincia de Loja.

Visión

En el año 2019 seremos una institución referente de gestión cooperativista con servicios de calidad para los docentes de la provincia de Loja.

Valores

-  **Responsabilidad:** cumplimiento de las obligaciones.
-  **Solidaridad:** ayuda mutua.
-  **Eficiencia:** hacer muy bien el trabajo encomendado optimizando los recursos disponibles.
-  **Respeto:** tratar a los demás como quiero que me traten.
-  **Honestidad:** decir la verdad con consideración.
-  **Lealtad:** fidelidad con mis socios y mi institución.

Aportes

La CACEL ofrece a sus socios tres tipos de ahorros:



Figura II. Tipos de ahorros que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja
Fuente: <https://www.cacel.com.ec>

Ahorro a la Vista: Es un valor que el socio puede disponer en cualquier momento, siempre y cuando esté al día en sus aportaciones de ahorros y préstamos. Normalmente en el Ahorro a la Vista se acredita al socio el bono por el día del Maestro y por Navidad.

Ahorro Programado Especial: Es el ahorro que mensualmente el socio deposita como obligación mensual de sus aportaciones. Socio activo el valor a depositar es: \$20,00 como base, pudiendo el socio ahorrar una cantidad superior. Socio jubilado el valor a depositar es: \$10,00 como base, pudiendo el socio jubilado aportar más de lo señalado.

Ahorro Cooperativo: Es el ahorro que mensualmente el socio deposita como obligación mensual en sus aportaciones, este ahorro se lo creó en 2005, con el objetivo de ese entonces de cumplir con todas las solicitudes de crédito por parte de los socios, es decir como ayuda conjunta entre todos sus asociados. Socio activo el valor a depositar es: \$20,00 como base, pudiendo el socio ahorrar una cantidad superior. Socio jubilado el valor a depositar es: \$10,00 como base, pudiendo el socio jubilado aportar más de lo señalado. Adicional al aporte mensual el socio deposita \$2,00 para el Fondo de Mortuoria y una vez al año \$9.00 para el Seguro Vida Socio.

Créditos

Para solicitar un crédito deben cumplir con ciertos requisitos dependiendo el tipo de crédito.

Tabla 7
Tipos de créditos

Tipo de crédito	Garantía	Monto	Plazo
Credi-Vehículo	2 garantes o hipoteca	\$40.000,00	5 años
Credi-Vivienda	Hipoteca	\$70.000,00	20 años
Credi-Consumo	2 garantes	\$30.000,00	5 años
	Hipoteca	\$50.000,00	7 años
Credi-Salud Emergente	1 garante	\$2.000,00	1 año
Credi-Educativo		\$1.200,00	1 año
Credi-Extraordinario		\$1.000,00	6 meses
Credi-Ahorro		100% de ahorro programado especial	5 años

Sociales

Centro médico

Se crea con la misión de brindar atención médica oportuna a los socios y sus familiares, e incluso al público en general a bajo costo. Además, tienen convenios con la farmacia Cuxibamba y con la clínica San Agustín con descuentos especiales, las especialidades son: Medicina general, Pediatría, Laboratorio clínico, Enfermería, Odontología.

Funeraria

Sala de velaciones

Mausoleos y capillas

Auto carroza

Cofres

Ayudas solidarias

Centro recreacional Catamayo

Salón social

Incentivos sociales

Bono de navidad

Bono por el día del maestro

Otros servicios en Loja y Cantones

La CACEL está calificada como corresponsal al Banco Central del Ecuador para realizar pago de sueldos al Magisterio y al sector público.

Transferencias interbancarias, pago de tarjetas de crédito, débitos bancarios (CNT, SRI, Fondos de Cesantía) pensiones a los jubilados y acreditación de préstamos quirografarios. En todos los cantones de provincia se puede tramitar préstamos y gestionar servicios sociales como: mausoleo, funeraria, y cofres.

Análisis de la encuesta aplicada a los socios de la Cooperativa

El levantamiento de la información se realizó en las instalaciones de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” a los 356 socios, la encuesta fue dirigida y guiada por el investigador. Para el análisis de la información se utilizó el programa SPSS.

Primeramente, se empieza calculando el alfa de Cronbach que es un instrumento para medir la confiabilidad, oscila entre cero y uno, donde el cero significa una confiabilidad nula y uno representa un máximo de confiabilidad. Es decir, mientras mayor es el Alfa de Cronbach mayor será la fiabilidad, por lo general 0,80 se considera un valor aceptable. (Hernández, 2014)

El cálculo se determinó a los 22 ítems que contiene el modelo SERVPERF obteniendo el siguiente resultado:

Tabla 8
Fiabilidad

Alfa de Cronbach	No. de elementos
,967	22

Fuente: Programa estadístico SPSS

Se observa que el valor es de 0.967, lo que significa que el instrumento diseñado es confiable debido, a que los ítems recopilan información consistente sobre la percepción que tienen los socios acerca del servicio ofrecido por parte de la Cooperativa. Se determinó el Alfa de Cronbach a cada dimensión teniendo como resultado lo siguiente:

Tabla 9
Alfa de Cronbach por dimensión

Dimensiones	Alfa de Cronbach
Elementos tangibles	0,833
Fiabilidad	0.939
Capacidad de respuesta	0,912
Seguridad	0.898
Empatía	0,879

Fuente: Programa estadístico SPSS

DATOS SOCIOECONÓMICOS

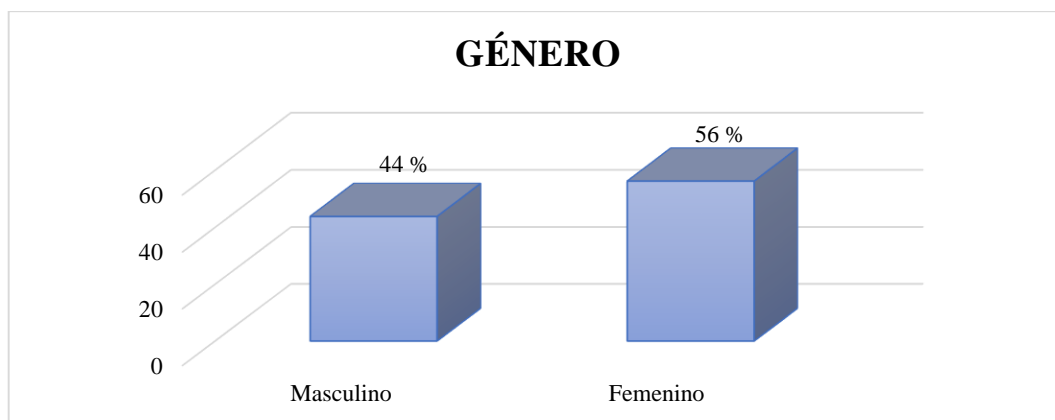


Figura 12. Distribución por género
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

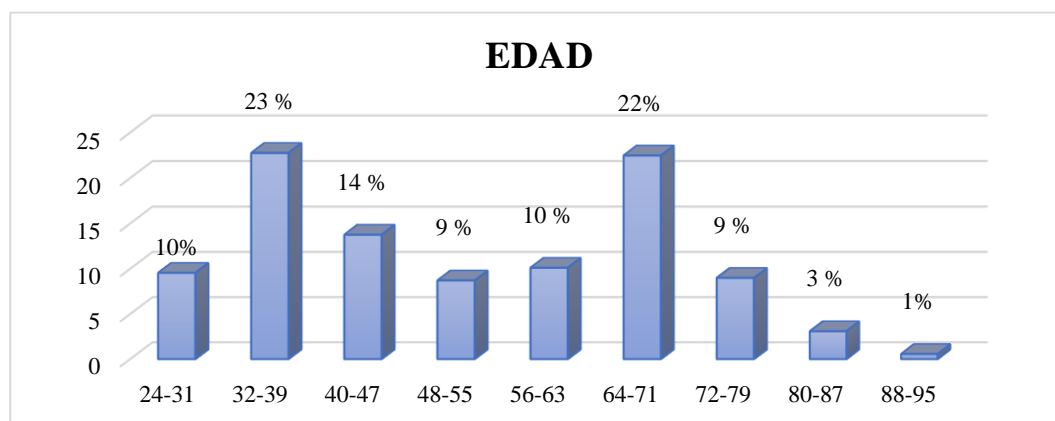


Figura 13. Distribución por edad
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

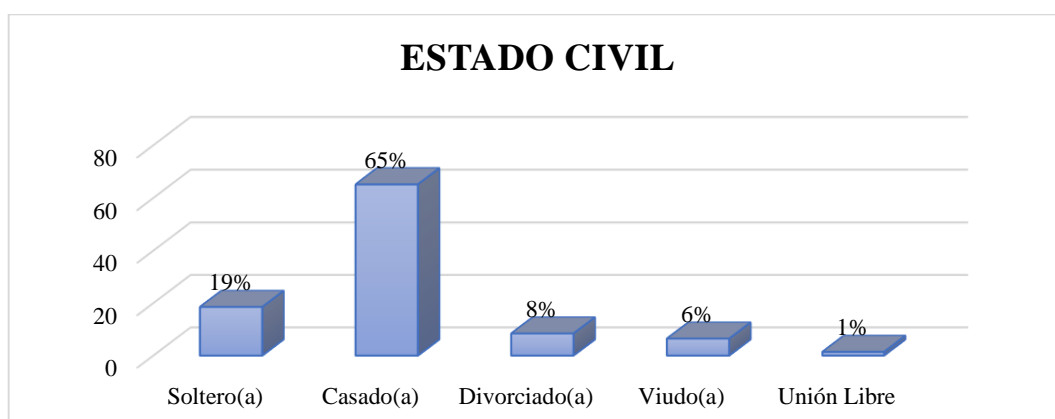


Figura 14. Distribución por estado civil
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

En la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja las que frecuentemente se acercan para adquirir un servicio son las mujeres, es decir, el 56% de la población en estudio mientras que el 44% restante son varones.

Por otra parte, el 23% de los socios pertenecen al rango de edad entre 32-39 años lo cual es importante para la institución debido a que son docentes que están iniciando su vida laboral y pueden aportar a la Cooperativa de una manera significativa, seguidamente se encuentra el grupo de 64-71 años correspondiente al 22% es decir 80 socios jubilados, así mismo, la edad comprendida entre 40-47 años con el 14%, el 10% que corresponden a las edades entre 24-31 y 56-63. Por último, con menos del 9% las edades de 72-79 años en adelante, socios que fueron fundadores de la Cooperativa.

El 65% de los socios de la CACEL son casados, el 19% comprende al segmento de solteros, el 8% están divorciados, viudos el 6% y, por último, el 1% tienen un estado civil de unión libre.

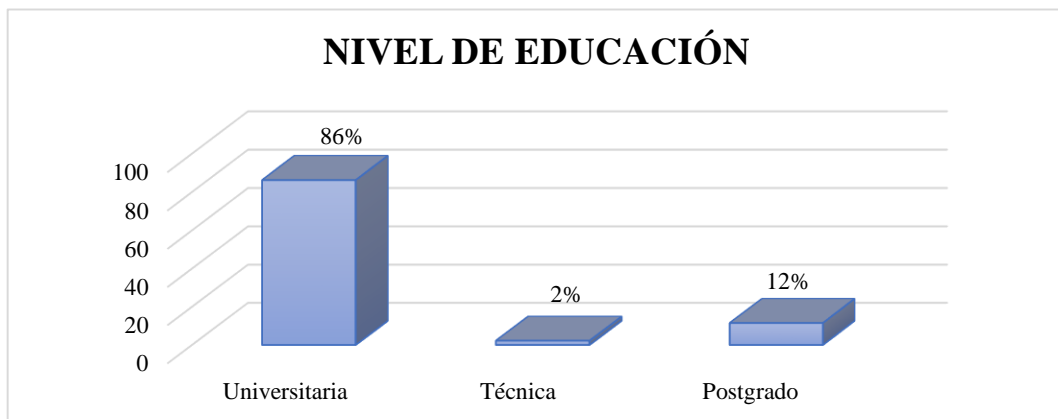


Figura 15. Distribución por nivel de educación
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

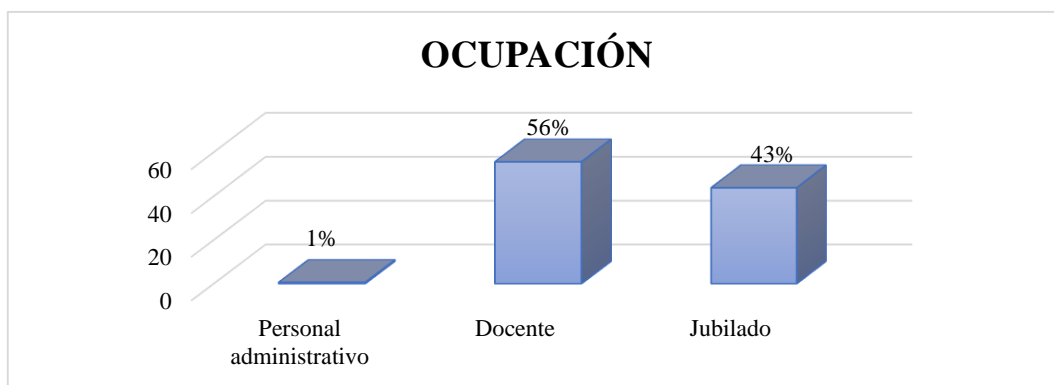


Figura 16. Distribución por ocupación
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja se constituye por personal administrativo, educadores, y conserjes de las instituciones educativas, el 86% poseen nivel de estudios universitario, mientras que el 12% tienen nivel de Postgrado y tan solo, el 2% expresaron haber estudiado una carrera técnica. Así mismo, el 56% ejercen la ocupación de docencia en instituciones tanto públicas como privadas, el 1% de los encuestados pertenecen al personal administrativo, es decir, como inspectores.

Por otra parte, el 44% corresponden a socios jubilados, esto es aquellos que ya han cumplido con el tiempo de trabajo.

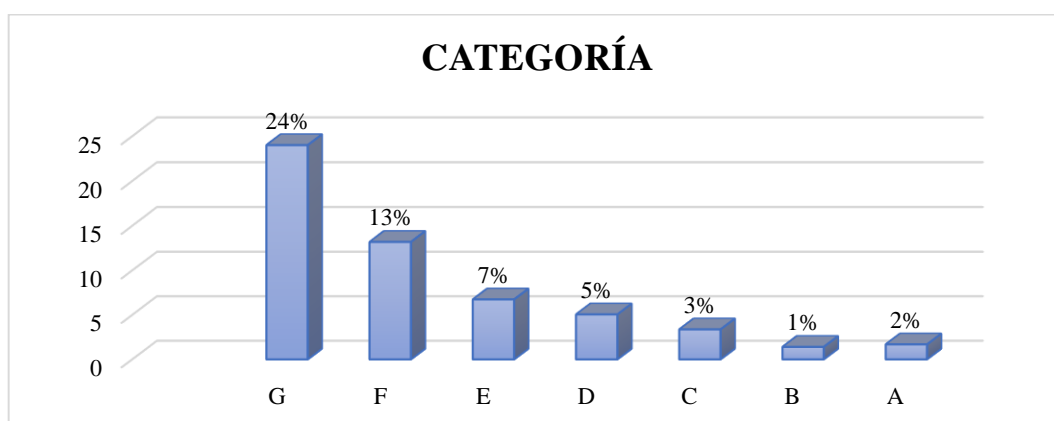


Figura 17. Distribución por categoría
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

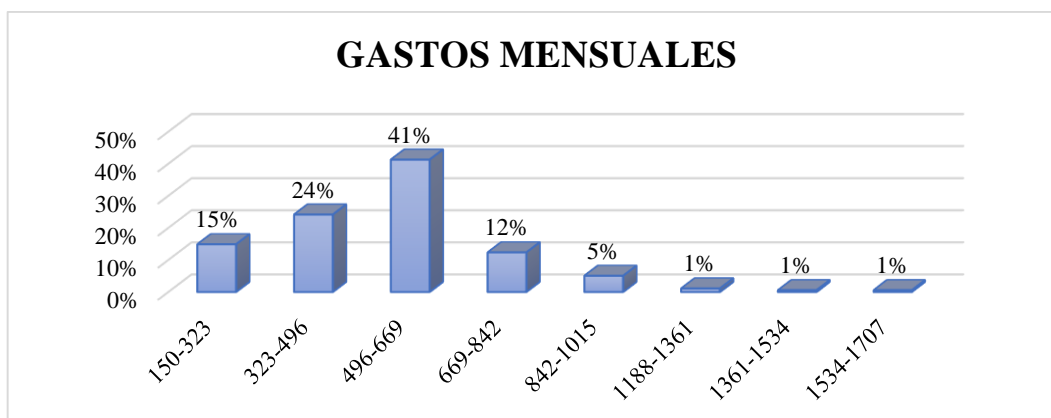


Figura 18. Distribución por ocupación
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

La Constitución establece que la educación se prestará a través de instituciones públicas y privadas. Los docentes que presten sus servicios en instituciones públicas de acuerdo a la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI) el escalafón del magisterio nacional determinará su remuneración y los ascensos en base a 7 categorías con denominación alfabética ascendente: Categoría G \$817, F \$901, E \$ 986, D \$1086, C \$1212, B \$1412, y la categoría A \$1676. Los docentes de las instituciones particulares no se encuentran categorizados pero deberán sin excepción alguna percibir una remuneración no menor al salario básico unificado establecido en el Código del Trabajo.

El 55% de la población en estudio están categorizados, es decir, pertenecen al sector público mientras, que el 45% son docentes que no se encuentran categorizados debido a que el 43% son jubilados y el 1% desempeñan cargos administrativos. Por lo tanto, el 1% son docentes en el sector privado.

El 24% de socios se encuentran en la categoría G, es decir, en la última categoría, con un sueldo de \$817 mientras que el 2% se encuentran en el escalafón más alto que es la categoría A percibiendo un sueldo de \$1676. Los montos con mayor porcentaje de gastos mensuales de los socios están comprendidos entre el rango \$496-669 con el 41%, en cambio, el 3% corresponde aquellos gastos cuyo valor asciende a \$1188 en adelante distribuida en partes iguales hasta 1700. Así mismo, el promedio de gastos mensuales de los socios de la Cooperativa es de \$536.

CUESTIONARIO DEL MODELO SERVPERF

DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES

Mediante las interrogantes: apariencia de los equipos, de las instalaciones físicas, de los empleados y de los materiales utilizados, determinamos la influencia que tiene esta dimensión en la calidad del servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja.

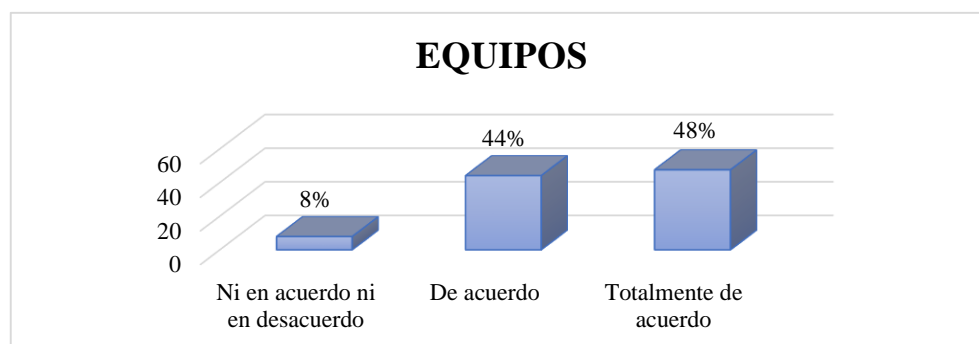


Figura 19. Perspectiva de la innovación

Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 48% de los socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” mostraron que están totalmente de acuerdo con la innovación y la efectividad de los equipos que posee la entidad para dar el servicio, el 44% están de acuerdo debido a que algunos de los socios manifestaron que existe cierta lentitud en el sistema que utilizan ocasionando cierto tiempo de espera, mientras que para el segmento del 8% es indiferente la tecnología de la Cooperativa. Así mismo, algunos de los socios consideran que la institución debería implementar cajeros automáticos debido a que es muy beneficioso porque están disponibles las 24 horas del día.

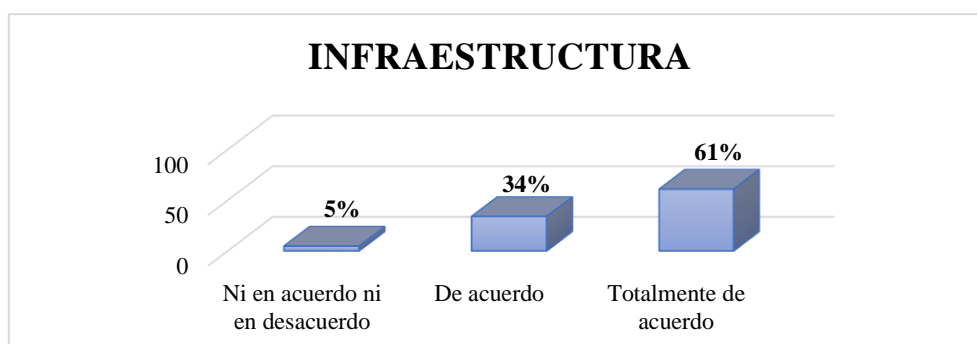


Figura 20. Percepción de la conformación con las instalaciones físicas

Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 61% de los socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” expresaron que están totalmente de acuerdo con el aspecto de las instalaciones físicas de la Cooperativa debido a que se sienten cómodos y satisfechos cuando acuden a la misma, el 34% están de acuerdo porque ellos consideran que el espacio aun no es adecuado, sobre todo en las fechas de pagos cuando existe multitud de socios, mientras que para el 5% restante es indiferente. Cabe recalcar que la mayoría de los socios manifestaron que la institución ha mejorado notoriamente en comparación con años anteriores.

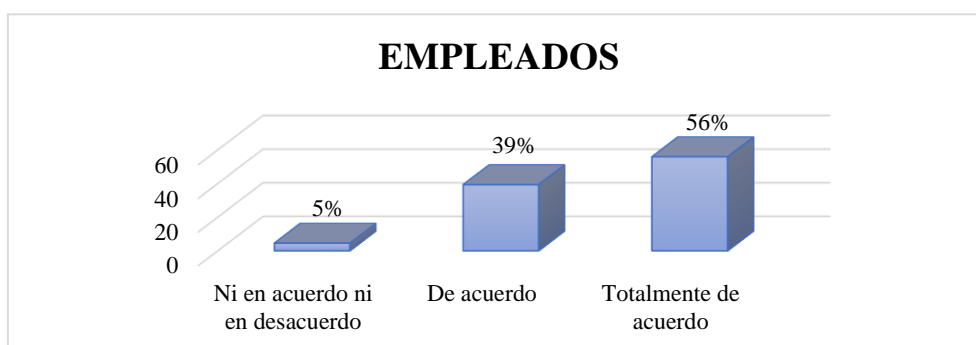


Figura 21. Percepción de la apariencia de los empleados

Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 56% de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” manifiestan que la apariencia del personal que labora en la institución es bien cuidada. el 39% están de acuerdo y el 5% no están en acuerdo ni en desacuerdo sobre la presentación física. Esto es muy importante para la institución debido a que más de la mitad de socios encuestados tienen una buena impresión de la imagen de los empleados.

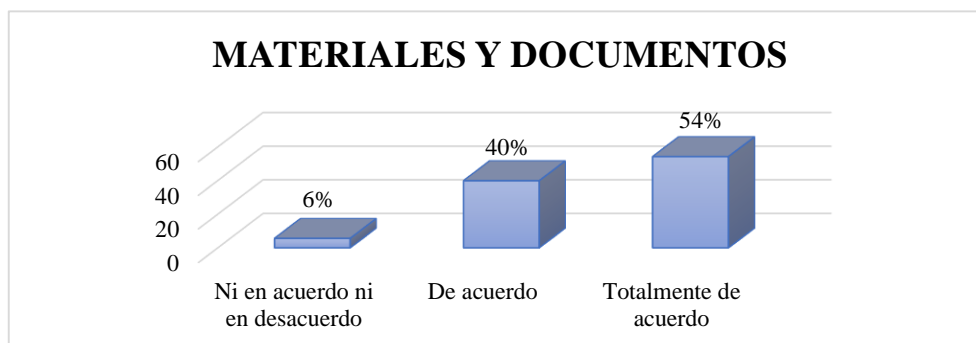


Figura 22. Percepción de los materiales impresos

Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

De los socios encuestados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”, el 54% están totalmente de acuerdo con la apariencia de los materiales y documentos que utiliza la Cooperativa como son cartolas, solicitudes de crédito, comprobantes de pago y todo lo relacionado al papeleo para trámites pertinentes, el 40% están de acuerdo, mientras que para el 6% es indiferente.

DIMENSIÓN FIABILIDAD

Esta dimensión mide la capacidad que tiene la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja para cumplir con lo prometido, realizar bien el servicio a la primera y el manejo de las transacciones u operaciones sin errores.

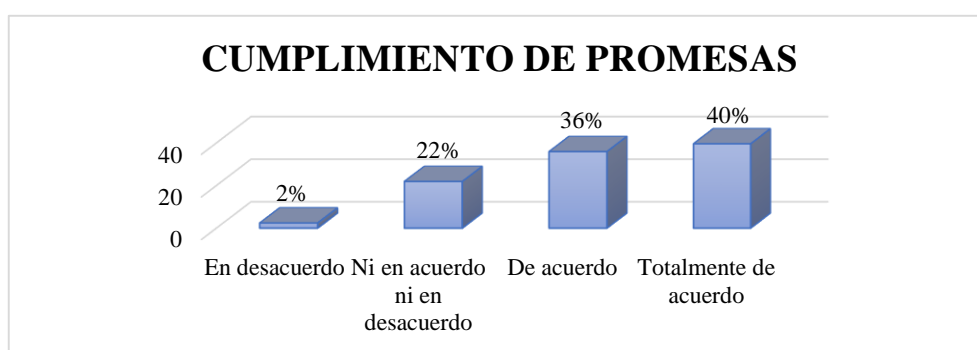


Figura 23. Percepción de tiempo y precisión para cumplir el servicio
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 40% de los socios encuestados de la Cooperativa “Educadores de Loja” están totalmente de acuerdo con el tiempo para dar cumplimiento al servicio; el 36% indican que están de acuerdo, el 22% valor significativo que corresponde a 78 personas manifiestan que no están ni en acuerdo ni en desacuerdo con el tiempo de cumplimiento del servicio debido a que al momento de acercarse para conocer sobre el servicio solicitado aún no tienen respuestas, y el 2% están en desacuerdo porque no existió respuesta favorable a sus pedidos en lo referente a productos y servicios.

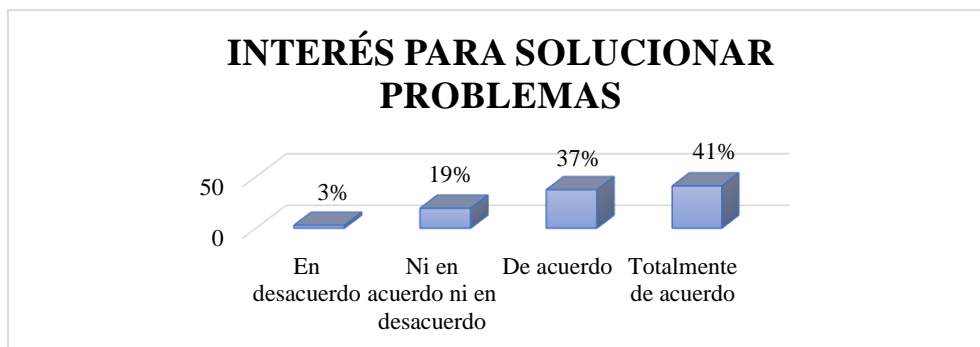


Figura 24. Percepción sobre el interés de la Cooperativa para solucionar problemas
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 41% de los socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” expresan que están totalmente de acuerdo con el interés que muestran los empleados para resolver o dar solución a sus problemas, el 37% están de acuerdo, el 19% no están ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 3% están en desacuerdo señalando que existen preferencias por parte de los empleados hacia los socios.

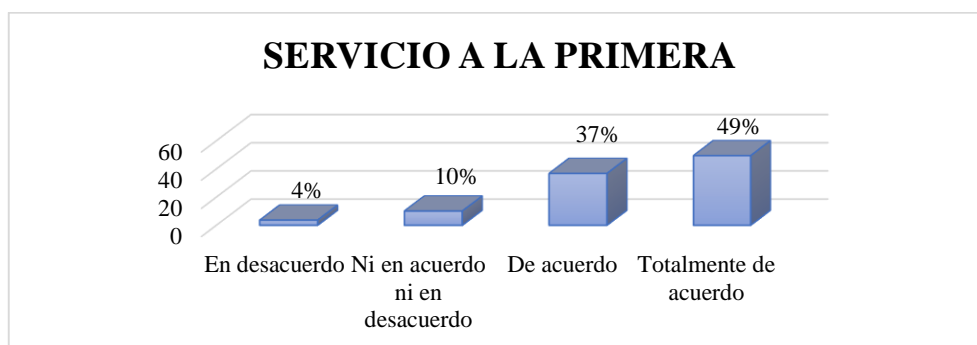


Figura 25. Percepción del servicio a la primera
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 49% de los socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” están totalmente de acuerdo con el profesionalismo del personal que trabaja en la Cooperativa sobre el servicio ofrecido a la primera, el 37% están de acuerdo, esto es importante porque el personal demuestra la capacidad que tiene para realizar su trabajo, el 10% no están en acuerdo ni en desacuerdo y un 4% están en desacuerdo debido a que manifestaron haber presentado inconvenientes.

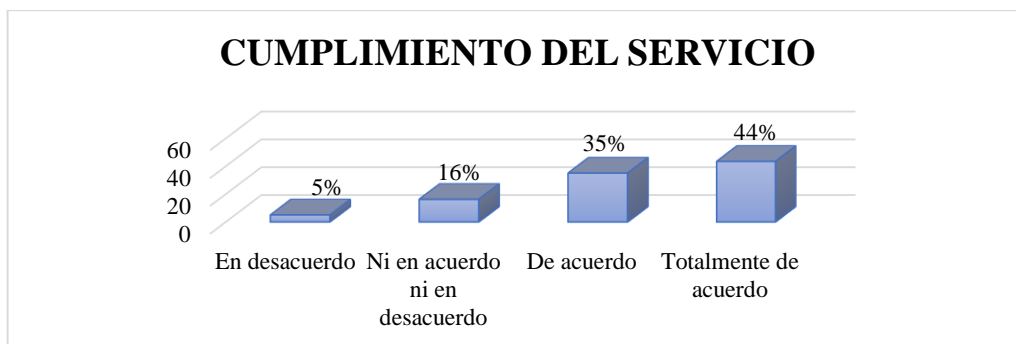


Figura 26. Percepción del cumplimiento del servicio
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 44% de los socios encuestados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” manifestaron que están totalmente de acuerdo con el tiempo acordado para el cumplimiento del servicio, el 35% están de acuerdo, sin embargo, consideran que deberían mejorar el tiempo de respuesta y procesos operativos, mientras que el 5% expresan que están en desacuerdo manifestando la falta de cumplimiento de la Cooperativa para realizar el servicio ocasionándoles desconfianza

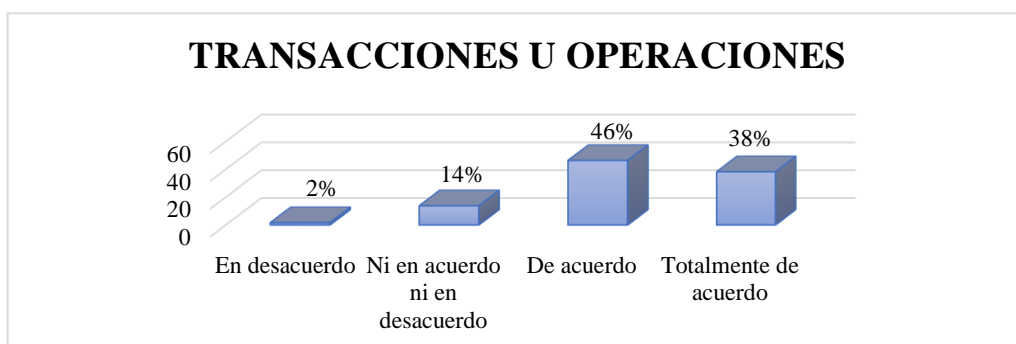


Figura 27. Percepción del servicio libre de errores
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 38% de socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” están totalmente de acuerdo con las transacciones u operaciones que realizan los empleados y que es libre de errores, el 46% están de acuerdo y manifiestan que confían en la institución financiera, el 14% le es indiferente y el 2% de los socios están en desacuerdo con el servicio debido a que algunos tuvieron que regresar a la institución para rectificar el error causado por el colaborador de la institución.

DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA

Esta dimensión mide la voluntad de ayuda a los socios, la rapidez y la agilidad del servicio. Con los ítems de esta dimensión se interpreta el nivel de influencia en la calidad del servicio.

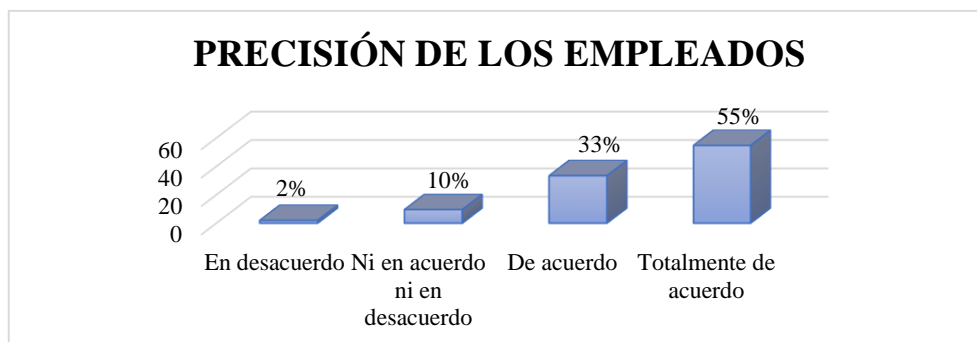


Figura 28. Información de la precisión del tiempo para realizar un servicio
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

De los socios encuestados de la Cooperativa “Educadores de Loja” el 55% están totalmente de acuerdo con la comunicación que realizan los empleados de la Cooperativa referente al tiempo exacto de cuando concluirá el servicio, gracias a esto los socios planifican y administran su tiempo de mejor manera, el 33% manifiestan estar de acuerdo, el 10% están ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 2% restante están en desacuerdo debido a que deben acudir frecuentemente para saber el estado del trámite.

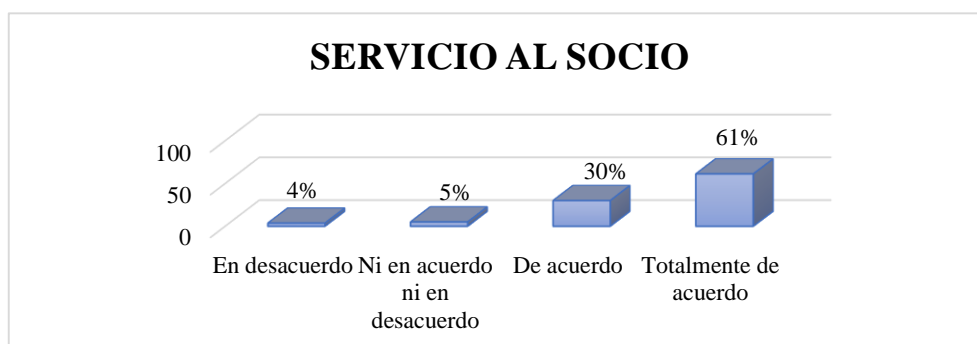


Figura 29. Capacidad de los empleados para ofrecer un servicio rápido
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 61% de los socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” están totalmente de acuerdo y afirman recibir un servicio rápido por parte de los empleados de la Cooperativa; el 30% están de acuerdo; el 5% le es indiferente y el 4% están en desacuerdo, mencionan algunos socios que el servicio es malo debido a que en algunas ocasiones tienen que esperar para que sean atendidos.

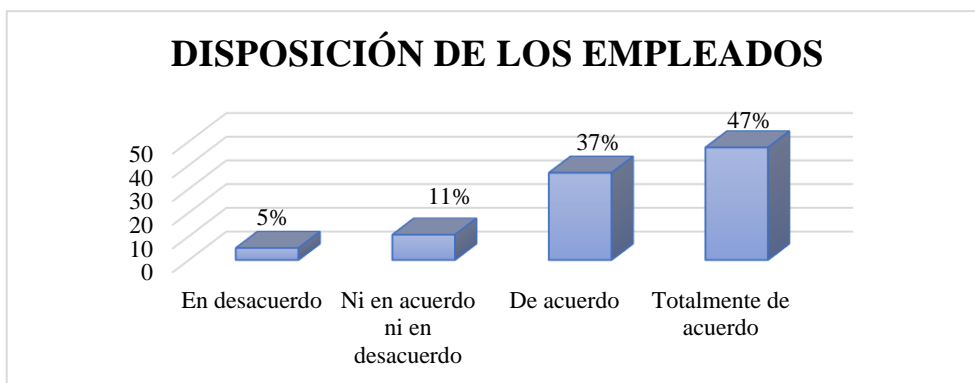


Figura 30. Disposición de los empleados
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

De los socios encuestados el 47% manifiestan que están totalmente de acuerdo, porque los empleados siempre están dispuestos para ayudarles en lo que necesiten, mientras que el 37% están de acuerdo. Así mismo no están ni de acuerdo ni en desacuerdo el 11% y expresan que en algunas ocasiones los colaboradores no se encuentran en el puesto de trabajo y un 5% está en desacuerdo porque no sienten esa aptitud por parte de los empleados.

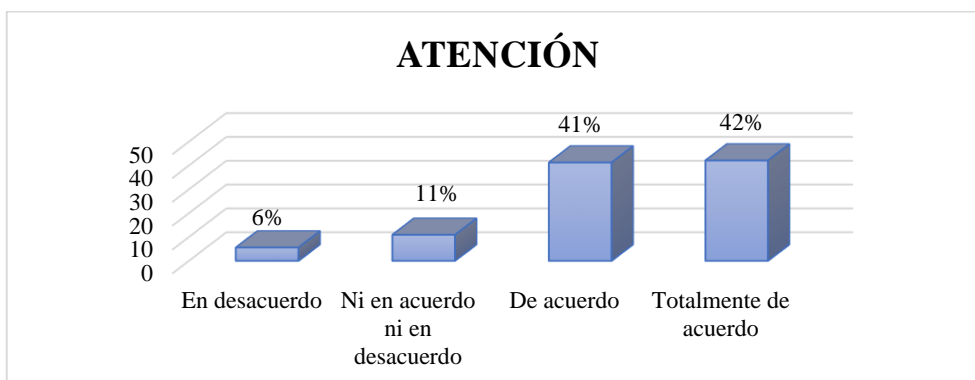


Figura 31. Distribución de tiempo
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 42% de socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” están totalmente de acuerdo en la distribución del tiempo y la disposición de los empleados para responder a las inquietudes aun estando muy ocupados, el 41% están de acuerdo, el 11% ni en acuerdo ni en desacuerdo y por último el 6% que están en desacuerdo porque no les atienden sino más bien les piden que se acerquen en otro momento. Es importante este ítem porque demuestra la importancia que tiene el socio para la institución.

DIMENSIÓN SEGURIDAD

Esta dimensión mide el conocimiento y la cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad. Con estas interrogantes se determina la influencia que tiene esta dimensión en la calidad del servicio ofrecido por la Cooperativa.

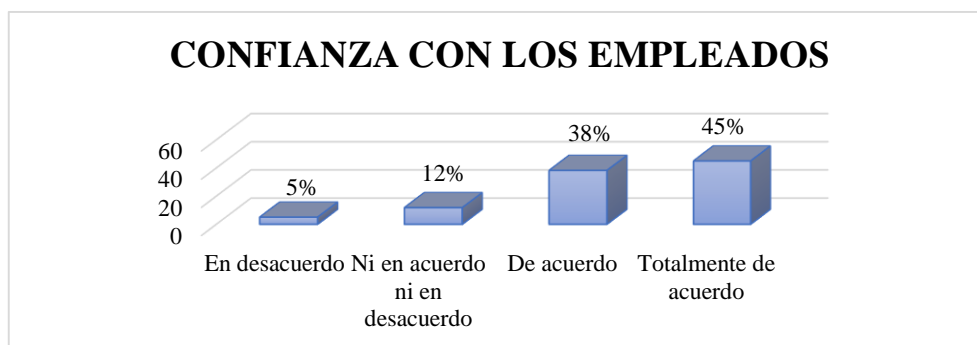


Figura 32. Satisfacción de la confianza de los empleados hacia el socio
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 45% de los socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” demostraron estar totalmente de acuerdo, debido a que, si les inspiran confianza los empleados de la Cooperativa, el 38% están de acuerdo pues ellos aseguran que han demostrado ser eficaces con el uso de los recursos, el 12% ni están en acuerdo ni en desacuerdo y el 5% están en desacuerdo con la confiabilidad con el personal que labora en la institución.

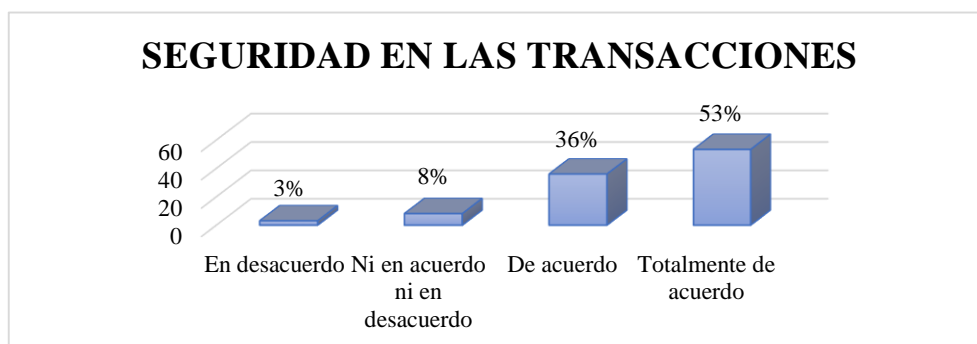


Figura 33. Seguridad para realizar transacciones
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

De los socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” el 53% manifiestan que están totalmente de acuerdo con la seguridad que les inspira la Cooperativa al realizar las transacciones, por lo tanto, confían en la institución. Así mismo, el 36% están de acuerdo, el 8% están ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 3% en desacuerdo. Los socios al tener seguridad permiten que la institución maneje sus recursos de la manera más conveniente.

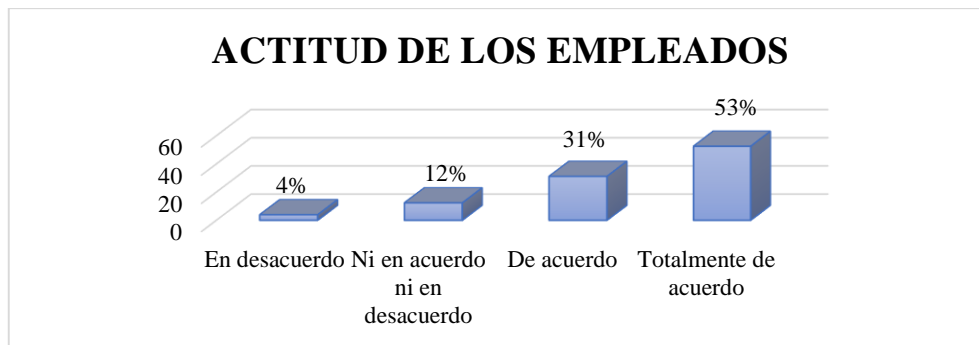


Figura 34. Actitud del empleador para atender al socio
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 53% de los socios encuestados de la Cooperativa “Educadores de Loja” están de acuerdo con el trato y la amabilidad que les brindan los empleados de la Cooperativa al momento de recibir un servicio, el 31% están de acuerdo, el 12% están ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 4% expresan que están en desacuerdo. Algunos de los docentes jubilados indicaron que no existe cierta política acerca de la atención para los socios debido a que en la institución no existe prioridad para las personas de la tercera edad.

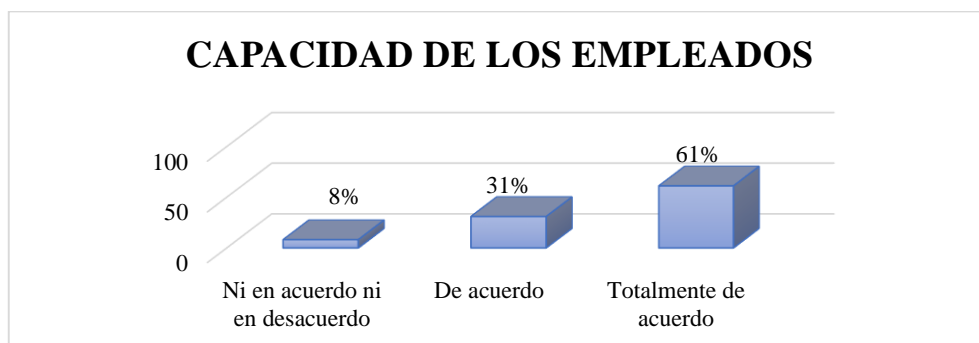


Figura 35. Conocimiento de los empleados
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

Más del 50% de socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” manifestaron que los empleados de la Cooperativa son preparados y tienen el conocimiento necesario para realizar cada una de las operaciones solicitadas por el socio, adicionalmente indicaron que es importante las capacitaciones que la institución les brinda es así que el 61% está totalmente de acuerdo, el 31% de acuerdo y el 8% ni en acuerdo ni en desacuerdo.

DIMENSIÓN EMPATÍA

La dimensión empatía analiza el impacto que genera en la calidad del servicio ofrecido por la Cooperativa en base a los ítems: atención esmerada e individualizada, la facilidad de acceso a la información, capacidad para escuchar y entender las necesidades de los socios.

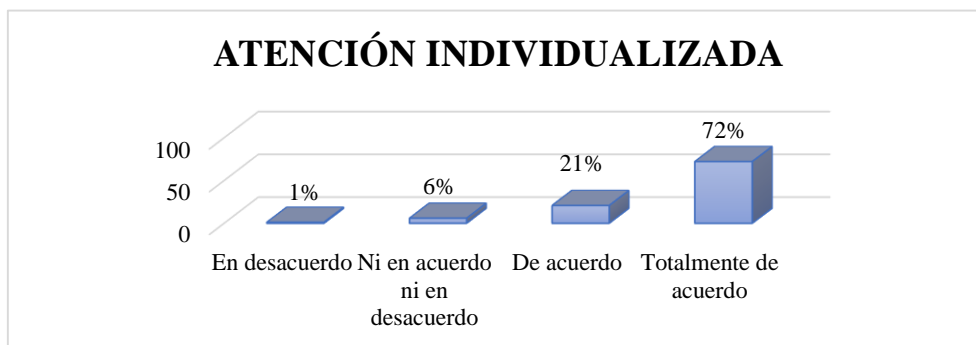


Figura 36. Percepción de la atención individualizada
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

De los socios encuestados de la Cooperativa “Educadores de Loja” el 72% están totalmente de acuerdo con el servicio individualizado que brinda la Cooperativa sintiéndose gustosos con el servicio, el 21% están de acuerdo debido a que en algunas ocasiones los socios se acercan y los empleados interrumpen la atención, el 6 % manifiestan estar ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 1% en desacuerdo. Para algunos socios es molesto que la atención se maneje con preferencias y no sea brindada al 100%.

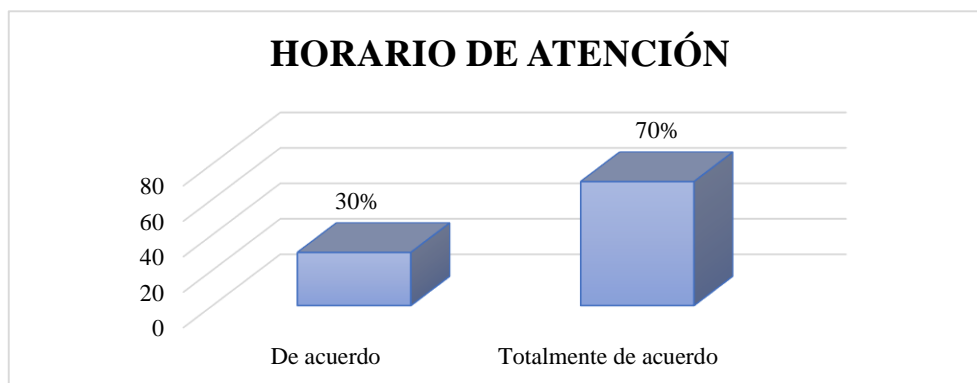


Figura 37. Conformidad con los horarios
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 70% de los socios encuestados están conformes con el horario de atención que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” debido a que se ajusta a su tiempo sobre todo para los socios que aún no se han jubilado proporcionándoles flexibilidad en los horarios de atención y el 30% restante también están de acuerdo, pero algunos piensan que se debe incrementar un horario de atención por parte de gerencia. Manifestaron el haber mejorado en lo que respecta a horarios de atención porque a los empleados los han distribuido de acuerdo a la disposición del tiempo del socio.

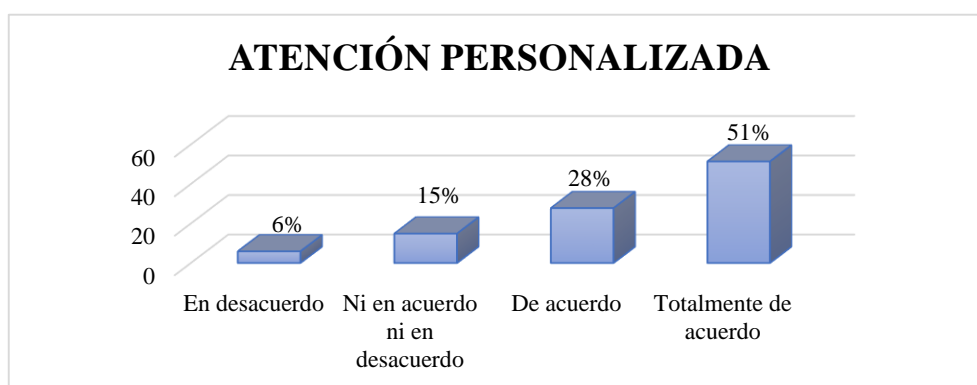


Figura 38. Atención personalizada por parte de los empleados

Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

En la Cooperativa “Educadores de Loja” el 51% de los socios manifiestan que están totalmente de acuerdo que los empleados lo atienden personalmente demostrando interés hacia el socio sobre todo cuando existe algún inconveniente en un trámite pues el personal está pendiente para ayudarlo, el 28% están de acuerdo, el 15% ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 6% está en desacuerdo porque no sienten ese interés por parte de los empleados

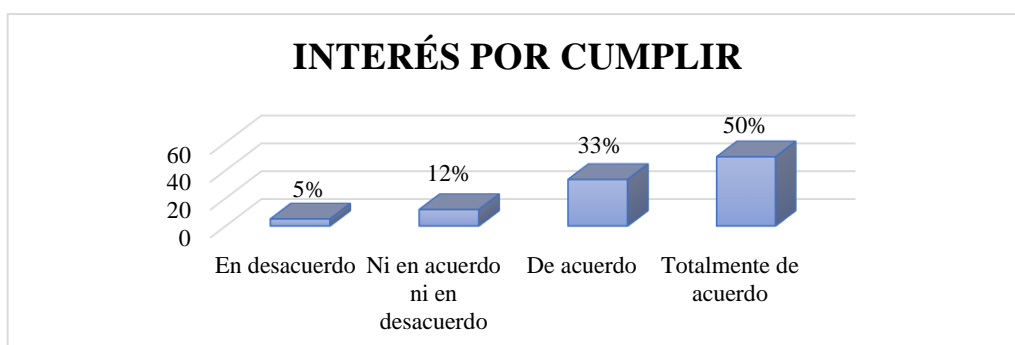


Figura 39. Preocupación por parte de la Cooperativa con los intereses de los socios

Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 50% de socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” están totalmente de acuerdo con la preocupación que demuestra la Cooperativa por sus intereses de manera que el socio se siente a gusto con la institución y confían que el personal logre hacer uso de sus recursos en beneficio de todos, el 33% están de acuerdo, el 12% le es indiferente el interés que demuestran y el 5% manifiesta que están es desacuerdo.

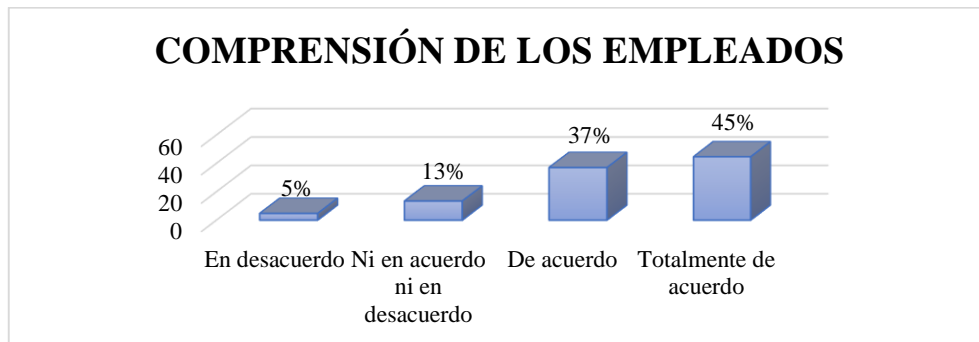


Figura 40. Comprensión de los empleados sobre las necesidades específicas de los socios
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 45% de los socios expresaron que los empleados de la Cooperativa “Educadores de Loja” entienden lo que realmente necesitan, por lo tanto, ayudan al socio para que resuelva su requerimiento, el 37% están de acuerdo, un 13% no están ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 5% están en desacuerdo con la comprensión por parte del personal porque no les han ayudado, lo cual hace que el socio no se sienta importante para la institución.

PERCEPCIÓN GENERAL

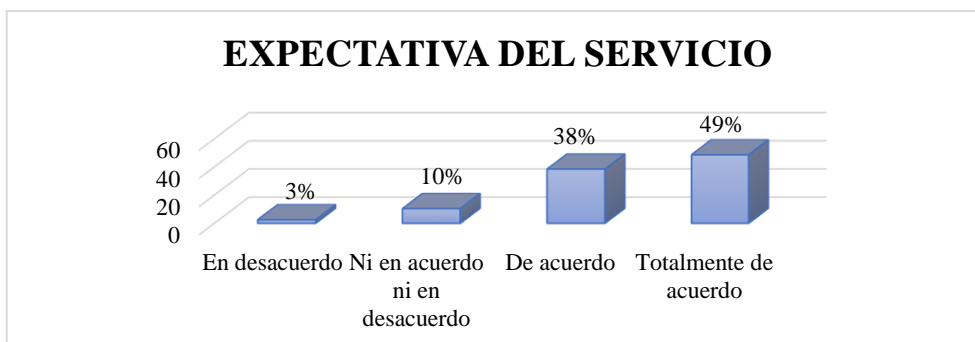


Figura 41. Expectativas del socio

Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 49% de socios encuestados están totalmente de acuerdo con el servicio recibido, es decir, cumplió sus expectativas que tenían hacia la institución en cuanto a la apariencia de empleados, materiales, equipos e infraestructura así mismo en cuestión de cumplimiento del servicio en el tiempo prometido y a su vez lo realizaron sin errores, así como también manifiestan que los empleados son muy preparados debido a que les brindan un servicio rápido siendo amables, el 38% también manifestaron que están de acuerdo, el 10% ni en acuerdo ni en desacuerdo, y por último el 3% están en desacuerdo porque no demostraron lo que ellos esperan de la Cooperativa.

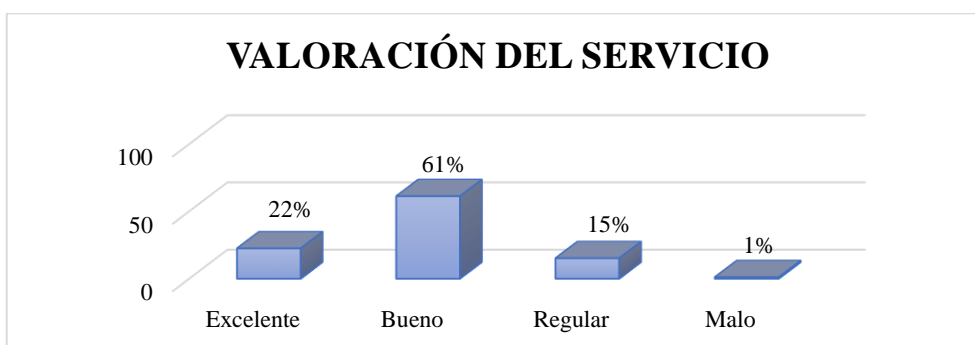


Figura 42. Valoración de la atención recibida

Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

Los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” expresaron en términos generales sobre la atención recibida, es así que el 61% de socios manifestaron que la atención es buena porque han recibido un buen trato por parte de los empleados, para el 22% de socios la atención es excelente porque afirman sentirse a gusto en la institución debido a que son socios de muchos años y han vivido los cambios que han hecho en la Cooperativa, para el 15% manifiestan que es regular y para el 1% la atención es mala porque se han presentado inconvenientes en la misma. Es importante señalar que la experiencia del servicio difiere de socio a socio por ende los resultados de su prestación no van a ser los mismos.

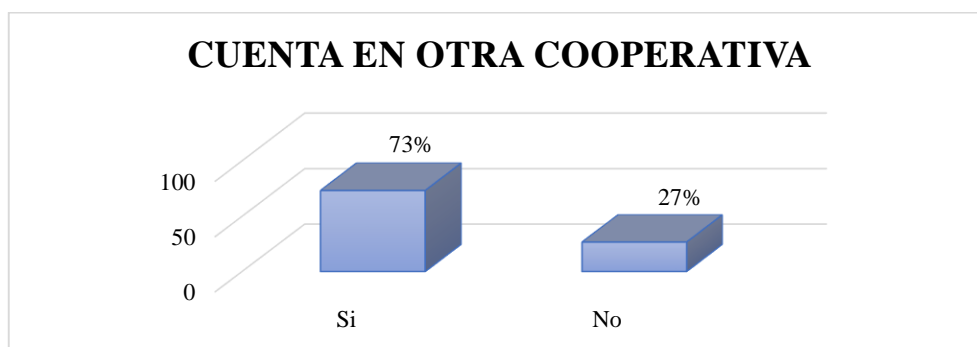


Figura 43. Socio que tiene una cuenta en otra Cooperativa
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 73% de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja manifestaron que tienen una cuenta en otra Cooperativa convirtiéndose automáticamente en las principales competencias para la institución en estudio, la mayoría de socios disponen de una cuenta en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Manuel Esteban Godoy “COOPMEGO” argumentando que es una institución muy buena y que en los últimos años ha logrado crecer lo cual hace que los socios se sientan seguros en la misma. Algunos socios también mantienen una cuenta en otras Cooperativas como son: "Juventud Ecuatoriana Progresista" JEP, “Padre Julián Lorente” y “Cristo Rey”. Por otra parte, el 27% no disponen de otra cuenta, la mayor parte de socios son Jubilados y ellos manifiestan estar conformes con los productos y servicios que ofrece la institución.

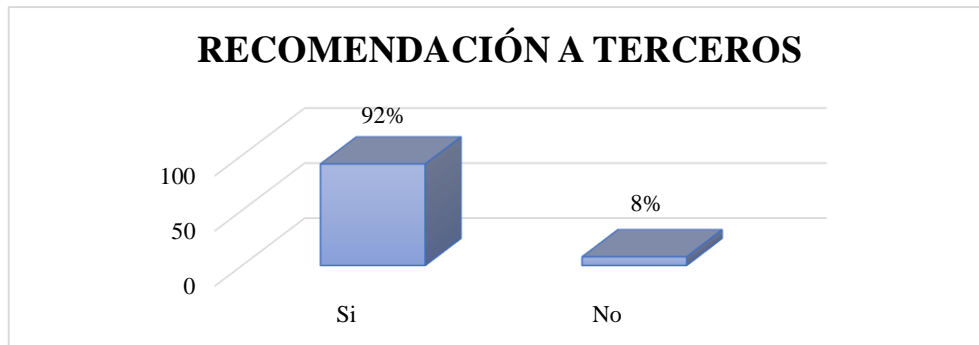


Figura 44. Socios que recomiendan a la Cooperativa
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

El 92% de encuestados correspondiente a 328 socios, recomiendan a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” debido a que es una institución creada especialmente para docentes de la ciudad, la ubicación es una ventaja porque pueden acercarse con facilidad, también porque la atención es buena, las tasas de interés que manejan son bajas y además reciben buenos beneficios, Por otra parte, mencionan que les genera confianza que la institución tenga más de 50 años de vida y siga creciendo, mientras que el 8% de socios no la recomendarían a la Cooperativa debido a que no están conformes con la institución porque la experiencia del servicio no fue buena.

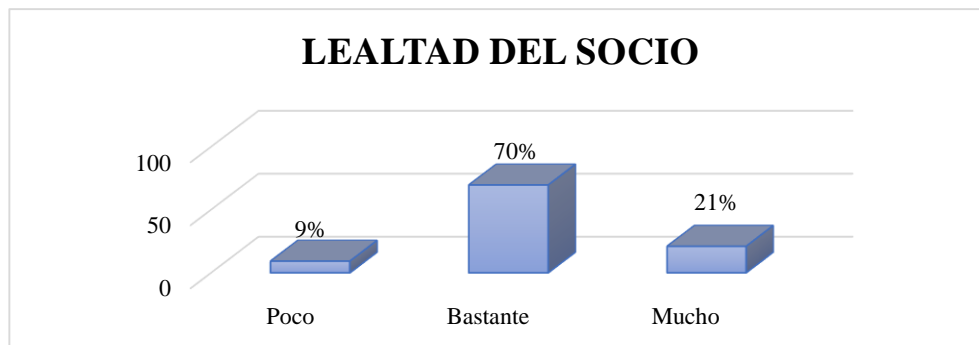


Figura 45. Grado de lealtad de los socios
Fuente: Encuesta aplicada a los socios de la CACEL

Interpretación

Para el 70% de encuestados que representa 248 socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” el grado de lealtad es alto, debido a que acuden con frecuencia para adquirir productos, y servicios de la institución, para el 21% el grado de lealtad es mucho, mientras que el 9% expresa poca lealtad, es decir, son aquellos socios que no necesitan realizar operaciones en la institución o también prefieren otras entidades. Es una ventaja que el 91% de socios mantengan siempre en movimiento sus cuentas lo cual hace que la institución siga creciendo.

Descripción de las dimensiones con sus respectivas interrogantes

Para medir la calidad del servicio se emplea el modelo de cuestionario SERVPERF. En la tabla 10 se describe cada una de las dimensiones con sus interrogantes.

Tabla 10.

Numero de ítems del cuestionario por dimensión

Factores	Descripción	Ítems	Preguntas
Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación	1	La Cooperativa tiene un equipamiento que se ve moderno
		2	La infraestructura de la Cooperativa es cómoda y visiblemente atractiva.
		3	Los empleados de la Cooperativa presentan una apariencia muy bien cuidada.
		4	Los materiales y documentación relacionada con el servicio que utiliza la Cooperativa son visualmente atractivos.
Fiabilidad	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa	5	Cuando en la Cooperativa prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.
		6	Cuando usted tiene algún problema o dificultad, en la Cooperativa muestran un sincero interés en solucionarlo.
		7	En la Cooperativa realizan bien el servicio a la primera.
		8	En la Cooperativa le brindaron el servicio en el tiempo pactado.
		9	En la Cooperativa realizan sus transacciones u operaciones sin errores

Capacidad de respuesta	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida	10	Los empleados de la Cooperativa informan con precisión a los clientes cuándo concluirá la realización de un servicio
		11	Los empleados de la Cooperativa le brindan un servicio rápido
		12	Los empleados de la Cooperativa siempre están dispuestos a ayudarlo
		13	Los empleados de la Cooperativa aun estando demasiado ocupados respondieron rápidamente a sus preguntas.
Seguridad	Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados así como su habilidad para transmitir confianza al cliente	14	El comportamiento de los empleados de la Cooperativa le transmite confianza.
		15	Se siente seguro al realizar transacciones en la Cooperativa
		16	Los empleados de la Cooperativa son siempre corteses con usted
		17	Los empleados de la Cooperativa tienen el conocimiento necesario para responder a sus preguntas
Empatía	Atención individualizada al cliente	18	En la Cooperativa le brindan atención individualizada.
		19	En la Cooperativa tienen horarios de atención convenientes para usted.
		20	La Cooperativa tiene empleados que lo atienden personalmente
		21	En la Cooperativa se preocupan por cumplir con sus intereses
		22	Los empleados de la Cooperativa comprenden sus necesidades específicas.

Fuente: Encuesta

Medición del nivel de la calidad del servicio de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” por promedios

Para determinar el promedio de la calidad del servicio se lo realiza con los resultados de la encuesta y la escala de Likert como se indicó en la metodología de investigación, para ello se utiliza algunas variables como podemos observar en la tabla 11 que a continuación describiremos.

F: Es la frecuencia de los 22 ítems que contiene el modelo SERVPERF, es decir, el número de veces que el socio manifestó la percepción que tiene sobre el servicio recibido según la escala de Likert.

C: Es el valor numérico asignado según Likert, en esta investigación es de cinco niveles.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

P: Es el resultado de la multiplicación de la frecuencia y el valor numérico según la escala de Likert

$$P = F * C$$

PT: Es la suma del valor de P de los cinco niveles de la escala.

FT: Es la frecuencia total que corresponde a los 356 socios encuestados.

Por último, para determinar el promedio final de cada ítem se divide la suma de PT y la frecuencia total

$$\text{Promedio Final} = \frac{PT}{FT}$$

Tabla 11

Promedio de Percepciones

		Escala de Likert																				
		1			2			3			4			5			Pond Total	FT	Promedio final			
No	Factores	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni en acuerdo ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo								
	Preguntas	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P						
1	Elementos tangibles	La Cooperativa tiene un equipamiento que se ve moderno																		1560	356	4,38
2		La infraestructura de la Cooperativa es cómoda y visiblemente atractiva.																		1622	356	4,56
3		Los empleados de la Cooperativa presentan una apariencia muy bien cuidada.																		1605	356	4,51
4		Los materiales y documentos relacionados con el servicio que utiliza la Cooperativa son visualmente atractivos.																		1595	356	4,48

5	Cuando en la Cooperativa prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	0	1	0	9	2	18	78	3	234	128	4	512	141	5	705	1469	356	4,13
6	Cuando usted tiene algún problema o dificultad, en la Cooperativa muestran un sincero interés en solucionarlo.	0	1	0	10	2	20	69	3	207	133	4	532	144	5	720	1479	356	4,15
7	En la Cooperativa realizan bien el servicio a la primera.	0	1	0	13	2	26	36	3	108	131	4	524	176	5	880	1538	356	4,32
8	En la Cooperativa le brindaron el servicio en el tiempo pactado.	0	1	0	18	2	36	58	3	174	125	4	500	155	5	775	1485	356	4,17
9	En la Cooperativa realizan sus transacciones u operaciones sin errores	0	1	0	6	2	12	49	3	147	165	4	660	136	5	680	1499	356	4,21

Fiabilidad

10	Los empleados de la Cooperativa informan con precisión a los clientes cuándo concluirá la realización de un servicio	1	1	1	7	2	14	34	3	102	119	4	476	195	5	975	1568	356	4,40
11	Los empleados de la Cooperativa le brindan un servicio rápido	0	1	0	13	2	26	18	3	54	107	4	428	218	5	1090	1598	356	4,49
12	Los empleados de la Cooperativa siempre están dispuestos a ayudarlo	0	1	0	18	2	36	38	3	114	131	4	524	169	5	845	1519	356	4,27
13	Los empleados de la Cooperativa aun estando demasiado ocupados respondieron rápidamente a sus preguntas.	0	1	0	20	2	40	39	3	117	147	4	588	150	5	750	1495	356	4,20

14	El comportamiento de los empleados de la Cooperativa le transmite confianza.	0	1	0	18	2	36	42	3	126	136	4	544	160	5	800	1506	356	4,23
15	Se siente seguro al realizar transacciones en la Cooperativa	0	1	0	11	2	22	29	3	87	126	4	504	190	5	950	1563	356	4,39
16	Seguridad Los empleados de la Cooperativa son siempre corteses con usted.	0	1	0	14	2	28	44	3	132	111	4	444	187	5	935	1539	356	4,32
17		Los empleados de la Cooperativa tienen el conocimiento necesario para responder a sus preguntas	0	1	0	1	2	2	29	3	87	108	4	432	218	5	1090	1611	356

18	En la Cooperativa le brindan atención individualizada.	0	1	0	4	2	8	21	3	63	74	4	296	257	5	1285	1652	356	4,64
19	En la Cooperativa tienen horarios de atención convenientes para usted.	0	1	0	0	2	0	0	3	0	107	4	428	249	5	1245	1673	356	4,70
20	Empatía La Cooperativa tiene empleados que lo atienden personalmente	0	1	0	21	2	42	53	3	159	99	4	396	183	5	915	1512	356	4,25
21	En la Cooperativa se preocupan por cumplir con sus intereses	0	1	0	18	2	36	42	3	126	119	4	476	177	5	885	1523	356	4,28
22	Los empleados de la Cooperativa comprenden sus necesidades específicas.	0	1	0	17	2	34	48	3	144	132	4	528	159	5	795	1501	356	4,22
																	TOTAL	95,82	
																	PROMEDIO	4,36	

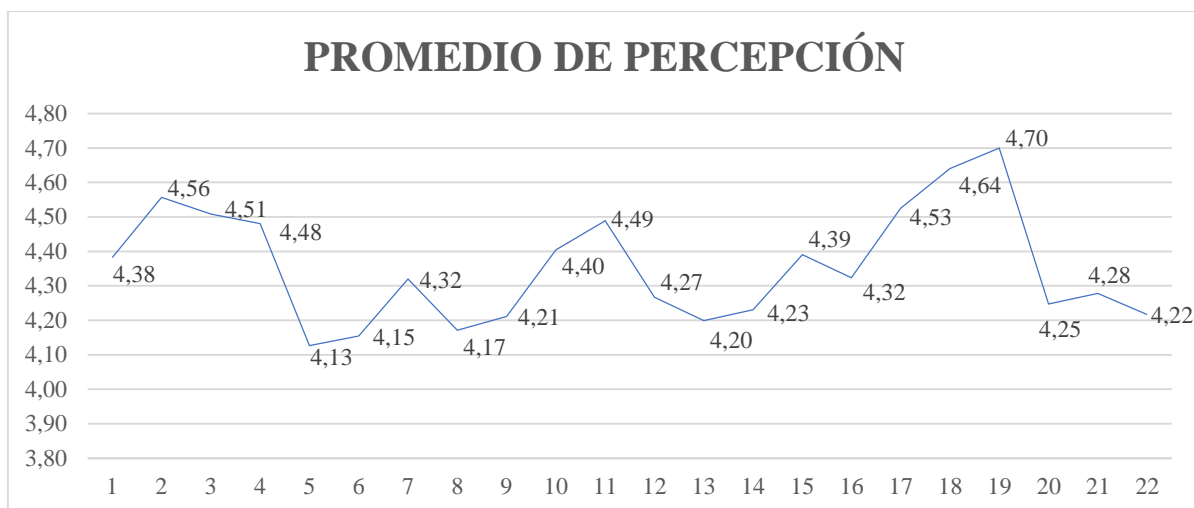


Figura 46. Promedio de los 22 ítems del modelo SERVPERF
Fuente: Tabla 11

Análisis

La tabla 11 muestra los promedios de los 22 ítems del instrumento SERVPERF, además en la figura 45 representamos las variaciones de cada uno de los ítems. A continuación, analizamos los promedios más representativos y a la dimensión que corresponden.

Los socios otorgaron una valoración muy alta de 4,70/5 demostrando estar conformes con el horario de atención brindada por la Cooperativa, seguidamente consideran que la Cooperativa brinda atención personalizada debido a que existen separadores de oficinas para los diferentes departamentos, por lo tanto, tiene una calificación de 4,64/5. Estos ítems corresponden a la dimensión empatía y el resultado determina satisfacción en los socios de estas interrogantes.

Así mismo, para los socios la dimensión elementos tangibles es otra de las fortalezas de la institución debido a que presenta apariencia atractiva, pues la mayoría de ellos afirman sentirse cómodos en la Cooperativa, el promedio es de 4,56/5 de igual manera para los socios es muy agradable ver al personal que labora en la institución porque presenta una apariencia pulcra y la calificación para este ítem es de 4,51/5. La apariencia tanto del edificio como del personal es muy importante debido a que es la primera impresión que tiene una persona.

Las dimensiones restantes capacidad de respuesta, seguridad y fiabilidad tienen un promedio menor a 4.50 presentando debilidades para los socios, sin embargo, a pesar de la variación de promedios la Cooperativa se mantiene en un intervalo [4,5] que para los socios es una calificación que esta entre totalmente de acuerdo y de acuerdo.

En base a este contexto, para algunos de los socios el servicio que brindan los empleados es rápido el promedio de este ítem es de 4,49/5, así mismo los socios se sienten seguros cuando realizan transacciones en la Cooperativa y otorgan una calificación de 4,39/5.

El ítem que debe representar un poco de preocupación en la Cooperativa es que los socios no los sienten muy comprometidos a los empleados con lo que hacen, y si ellos afirman que van a cumplir con el servicio en cierto tiempo tienen que realizarlo.

Resumen del promedio de la calidad del servicio con la respectiva dimensión

Tabla 12.

Promedio por dimensiones del modelo SERVPERF

Factores	Promedio
Elementos tangibles	4,48
Fiabilidad	4,20
Capacidad de respuesta	4,34
Seguridad	4,37
Empatía	4,42
Promedio global	4,36

Fuente: Tabla 11

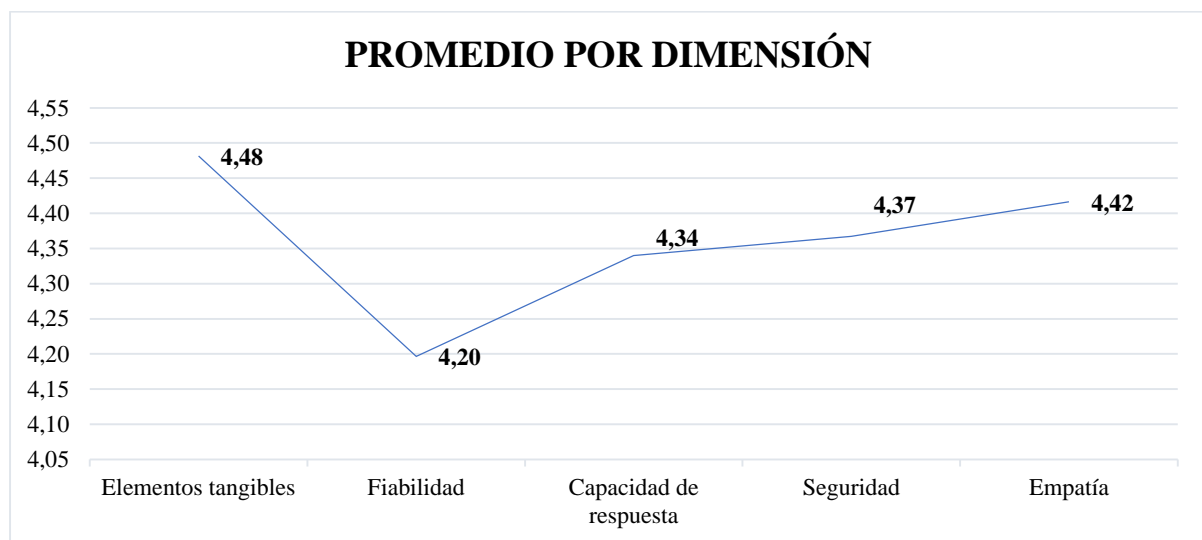


Figura 47. Promedio por dimensión

Fuente: Tabla 12

Análisis

La tabla 12 muestra el promedio de las cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, es de notarse que en cada una de ellas prevaleció la valoración en el intervalo [4,5], es decir la mayoría de los socios calificaron al servicio de la Cooperativa entre totalmente de acuerdo y de acuerdo. Por lo tanto, el promedio general del servicio es de 4,36/5 lo que indica que existen algunas falencias en la Cooperativa que deben tener en cuenta considerando que el socio es la razón de ser de la institución.

Se puede observar en la figura 46 las variaciones de los promedios de cada una de ellas. Por otra parte, la dimensión que recibió mayor promedio es elementos tangibles con el 4.48, cabe recalcar que el ítem con mayor calificación es la apariencia y comodidad de la infraestructura de la Cooperativa con el 61% de los socios que respondieron estar totalmente de acuerdo.

Del mismo modo, con una diferencia de 0.06 se encuentra la dimensión empatía con el 4.42 de promedio, así mismo en este factor se encuentra la interrogante con mayor valoración de todas las dimensiones que es los horarios convenientes de atención por parte de la Cooperativa debido a que el 70% de los socios respondieron que están totalmente de acuerdo.

La dimensión seguridad tiene un promedio de 4,37. El ítem que alcanzo el mayor promedio es la seguridad que tienen los socios al realizar transacciones en la Cooperativa. Así mismo en lo que respecta a la capacidad de respuesta, la interrogante que más sobresalió es la capacidad que tienen los empleados para dar un servicio rápido, los socios otorgaron una valoración de 4,34.

Por último, se encuentra la fiabilidad que fue la dimensión que menos valoración le dieron los socios. El punto débil está cuando en la Cooperativa prometen hacer algo en cierto tiempo, y no lo hacen. El promedio es de 4,20

En base a promedios las dimensiones no se encuentran muy distantes debido a que se encuentran ubicadas en el mismo rango [4 5]. Todas las dimensiones no alcanzan un promedio mayor a 4,50 a pesar de esto se considera como una buena calificación, pero es importante que la institución ponga esfuerzos en lo que hace que exista cierta inconformidad con el socio, debido a que posiblemente el socio al no sentirse satisfecho con el servicio se retire de la institución. Por otra parte, cabe recalcar que el haber alcanzado ese promedio representa que la mayoría de los socios se sienten a gusto con el servicio recibido.

Valoración general de la atención recibida

Tabla 13

Promedio de la atención recibida

Escala	5			4			3			2			1			Pond. Total	FT	Prom. final
Pregunta	Excelente			Bueno			Regular			Malo			Pésimo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
¿Cuál es su valoración general de la atención recibida?	80	5	400	218	4	872	54	3	162	4	2	8	0	1	0	1442	356	4,05

Fuente: Programa estadístico SPSS

Análisis

En la tabla 13 de la valoración general de la atención recibida se observa que la media es de 4.05, este promedio se encuentra entre los rangos [4,5] considerados como bueno y excelente. Es importante destacar que el 61% y el 22% de los socios manifestaron una calificación de 4 y 5 respectivamente, mientras que el 15% expresaron que la atención recibida es mala y para el 1% es pésima debido a que existen deficiencias en la atención. Por otra parte, la mediana es de 4, es decir para los socios de la Cooperativa “Educadores de Loja” la valoración central de la atención recibida es buena.

Expectativas del servicio recibido

Tabla 14

Promedio de las expectativas del socio

Escala	5			4			3			2			1			Pond. Total	FT	Prom. final
Pregunta	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni en acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
¿El servicio recibido cumplió sus expectativas?	173	5	865	137	4	548	37	3	111	9	2	18	0	1	0	1542	356	4,33

Fuente: Programa estadístico SPSS

Análisis e interpretación

Como se puede observar en la tabla 14 la media alcanza un valor entre [4,5] valorado como de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente, es decir, un promedio de 4.33 en cuanto a cumplimiento de expectativas del servicio. Es importante recalcar que el 49% de los socios manifestaron que están totalmente de acuerdo, el 38% de acuerdo, el 10% manifestaron que le es indiferente y el 3% restante expresaron estar en desacuerdo. Para algunos de los socios la experiencia del servicio en la institución no fue como ellos esperaban, a pesar de eso el 87% que es un porcentaje alto, se sienten a gusto en la misma y afirman que ha sido una buena decisión formar parte de la Cooperativa.

Percepción y expectativa del servicio

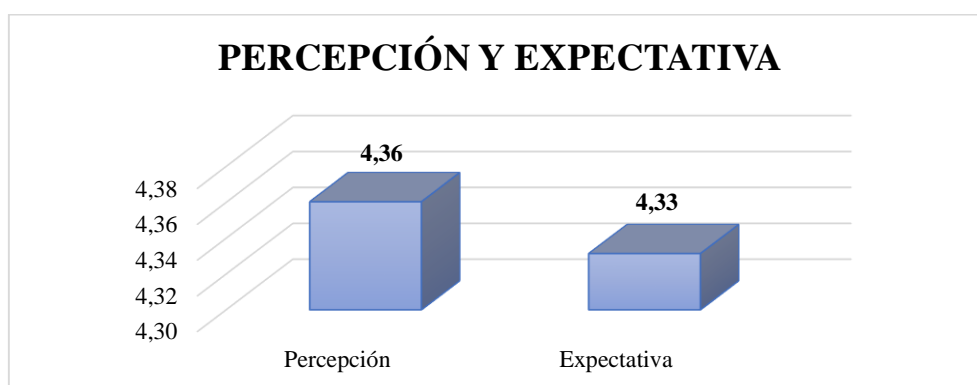


Figura 48. Promedio de la percepción y expectativa del socio

Fuente: Tabla 12 y 14

Análisis

Se puede observar en la figura 47 el promedio de las percepciones y expectativas de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja. La percepción que tienen los socios del servicio recibido superan las expectativas con un valor positivo de 0,03 lo que indica que existe satisfacción con el servicio recibido. Es decir, la manera como los socios recibieron (4,36) los servicios superaron a lo que ellos esperaban (4,33) del mismo. La calificación según la escala de Likert es de 5 y para los socios el servicio recibido tiene una calificación de 4,36/5 que entre más cercano al cinco significa que está más próximo a alcanzar la calificación perfecta.

Coefficiente de correlación de Spearman

El coeficiente de Spearman es una medida estadística que se utiliza para determinar si existe o no una relación entre variables. Para comprobar si las dimensiones del modelo SERVPERF influyen en la calidad del servicio, primeramente, se identifica la variable independiente (x) y dependiente (y), posterior a ello se plantea hipótesis.

La prueba de hipótesis consta de dos afirmaciones: la primera hipótesis planteada por el investigador (H_1) y la hipótesis nula (H_0). Una vez planteadas las hipótesis es importante conocer el valor p que es la que indica la probabilidad de aceptar o rechazar la hipótesis.

Al aplicar el coeficiente de Spearman se determina el grado de relación que tienen cada una de las dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) como variables x y la valoración de la atención recibida que tienen los socios como variable y.

El valor de correlación oscila entre -1 y +1 considerados como correlación negativa perfecta y correlación positiva perfecta respectivamente. Si el valor de la correlación es cercano a cero, se puede decir que el grado de relación entre las variables es cero o muy débil.

Tabla 15

Grado de relación según coeficiente de correlación de Spearman

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Planteamiento de la hipótesis general

Hipótesis alterna (H_1): Existe correlación directa y positiva entre las dimensiones del modelo SERVPERF y la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

Hipótesis nula (H_0): No existe correlación directa y positiva entre las dimensiones del modelo SERVPERF y la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

A continuación, se muestra las variables a correlacionar:

La dimensión elementos tangibles en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”.

La dimensión fiabilidad en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

La dimensión capacidad de respuesta en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

La dimensión seguridad en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

La dimensión empatía en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

Determinar la influencia de los elementos tangibles en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y “Crédito Educadores de Loja”

Hipótesis

H_1 : Los elementos tangibles influyen en la calidad del servicio.

H_0 : Los elementos tangibles no influyen en la calidad del servicio.

Ítem que conforman los elementos tangibles

- La Cooperativa tiene un equipamiento que se ve moderno.
- La infraestructura de la Cooperativa es cómoda y visiblemente atractiva.
- Los empleados de la Cooperativa presentan una apariencia muy bien cuidada.
- Los materiales y documentación relacionada con el servicio que utiliza la Cooperativa son visualmente atractivos.

Tabla 16

Correlación entre elementos tangibles y calidad del servicio

Correlaciones		Valoración del servicio
Rho de Spearman	Elementos tangibles	
	Coefficiente de correlación	, 640**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	356

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados obtenidos y procesados en el programa Estadístico SPSS.

Análisis e interpretación

En la tabla 16 el valor obtenido del coeficiente rho de Spearman es 0.640, lo que significa que existe una correlación positiva considerable entre la dimensión elementos tangibles y calidad del servicio, el cual es validado con una significancia menor al 0.01 es decir la probabilidad de error es menor al 1%. Por lo tanto, se acepta la hipótesis.

La dimensión elementos tangibles influyen en la calidad del servicio, es decir, si la infraestructura es cómoda y atractiva, el equipamiento es moderno, los materiales y documentos utilizados por la Cooperativa son atractivos y los empleados presentan una apariencia bien cuidada, los socios valorarían aún más el servicio.

A medida que se incrementa la dimensión elementos tangibles también se incrementará la calidad del servicio.

Establecer el grado en que la fiabilidad influye en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y “Crédito Educadores de Loja”

Hipótesis

H1: La fiabilidad influye en la calidad del servicio

H0: La fiabilidad no influye en la calidad del servicio.

Ítem que conforman la fiabilidad

- Cuando en la Cooperativa prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.
- Cuando usted tiene algún problema en la Cooperativa muestran un sincero interés en solucionarlo
- En la Cooperativa realizan bien el servicio a la primera.
- En la Cooperativa le brindaron el servicio en el tiempo pactado.
- En la Cooperativa realizan sus transacciones u operaciones sin errores

Tabla 17

Correlación entre fiabilidad y calidad del servicio

	Correlaciones	Valoración del servicio	
Rho de Spearman	fiabilidad	Coefficiente de correlación	,790**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	356

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados obtenidos y procesados en el programa Estadístico SPSS.

Análisis e interpretación

Como se puede observar en la tabla 17 el resultado del coeficiente de Spearman es de 0.790 el cual significa que entre las variables fiabilidad y calidad del servicio existe una correlación positiva muy fuerte, y es validado con un nivel de significancia menor al 0.01 (99% de confianza que la correlación es verdadera). Se acepta la hipótesis

Es decir, que si en la Cooperativa muestra mayor interés en realizar bien el servicio a la primera, las transacciones que se realizan son libres de errores, y si los socios tienen problemas la Cooperativa les ayuda a solucionarlos, cumplen con el servicio en el tiempo pactado y si prometen hacer algo en cierto tiempo lo realizan los socios calificarían más la calidad de la atención recibida. A mayor fiabilidad que muestre la Cooperativa mayor será la valoración del servicio por parte de los socios.

Interpretar en qué nivel influye la capacidad de respuesta en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

Hipótesis

H1: La capacidad de respuesta influye en la calidad del servicio.

H0: La capacidad de respuesta no influye en la calidad del servicio.

Ítem que conforman la Capacidad de respuesta

- Los empleados de la Cooperativa informan con precisión a los clientes cuándo concluirá la realización de un servicio
- Los empleados de la Cooperativa le brindan un servicio rápido
- Los empleados de la Cooperativa siempre están dispuestos a ayudarlo
- Los empleados de la Cooperativa aun estando demasiado ocupados respondieron rápidamente a sus preguntas.

Tabla 18

Correlación entre capacidad de respuesta y calidad del servicio

Correlaciones		Valoración del servicio	
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	,788**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	356

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados obtenidos y procesados en el programa Estadístico SPSS.

Análisis e interpretación

El valor obtenido del coeficiente rho de Spearman es 0.788, lo que significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre la dimensión capacidad de respuesta y la calidad del servicio, que es validado con una significancia menor al 0.01 es decir la probabilidad de error es menor al 1%.

La dimensión capacidad de respuesta si influye en la calidad del servicio, es decir, los socios valorarían más si los empleados informaran con precisión la conclusión para realizar un servicio, brindaran un servicio rápido, estuvieran siempre dispuestos para ayudar, o los empleados aun estando demasiado ocupados respondieran a sus preguntas. Mientras mejor se muestre la capacidad de respuesta por los empleados mayor será la calidad del servicio.

Determinar la influencia que tiene la seguridad en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

Hipótesis

H1: La seguridad influye en la calidad del servicio.

H0: La seguridad no influye en la calidad del servicio.

Ítem que conforman la seguridad

- El comportamiento de los empleados de la Cooperativa le transmite confianza.
- Se siente seguro al realizar transacciones en la Cooperativa
- Los empleados de la Cooperativa son siempre corteses con usted
- Los empleados de la Cooperativa tienen el conocimiento necesario para responder a sus preguntas

Tabla 19

Correlación entre seguridad y calidad del servicio

Correlaciones		Valoración del servicio	
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	,744**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	356

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados obtenidos y procesados en el programa Estadístico SPSS.

Análisis e interpretación

La hipótesis se acepta, como se puede observar en la tabla 19 que hay una correlación positiva considerable entre la variable seguridad y la calidad del servicio, con un valor de 0.744 y una significancia menor a 0.01 es decir existe una probabilidad de error menor al 1%.

La dimensión seguridad influye en la calidad del servicio positivamente. Es decir, cuando los empleados demuestran tener conocimiento necesario para responder las inquietudes de los socios, sintiera seguridad al realizar transacciones, los empleados demuestren amabilidad y por último si el comportamiento de los empleados les transmitiera confianza los socios tendrían una mayor actitud para calificar el servicio.

Mientras más seguridad se muestre en la Cooperativa mayor será la calidad del servicio recibido.

Analizar el impacto que genera la empatía en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

Hipótesis

H1: La empatía influye en la calidad del servicio

H0: La empatía no influye en la calidad del servicio.

Ítem que conforman la empatía

- En la Cooperativa le brindan atención individualizada.
- En la Cooperativa tienen horarios de atención convenientes para usted.
- La Cooperativa tiene empleados que lo atienden personalmente
- En la Cooperativa se preocupan por cumplir con sus intereses
- Los empleados de la Cooperativa comprenden sus necesidades específicas.

Tabla 20

Correlación entre empatía y calidad del servicio

Correlaciones		Valoración del servicio
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación ,752**
		Sig. (bilateral) ,000
		N 356

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados obtenidos y procesados en el programa Estadístico SPSS.

Análisis e interpretación

Se observa en la tabla 20 el resultado del coeficiente rho de Spearman es de 0.752 (correlación positiva considerable) con una significancia menor a 0.01 (la probabilidad de error es menor de 1%). Por lo tanto, la hipótesis es aceptable.

Esto significa que la hipótesis es aceptable. Cuando los empleados de la Cooperativa comprendieran las necesidades de los socios, se preocuparán por cumplir con sus intereses, y los empleados personalmente atendieran al cliente, prestando atención personalizada en horarios de atención convenientes, los socios valorarían más el servicio.

Mientras más empatía muestren los empleados de la Cooperativas mayor será la calificación del socio.

Resumen del grado de relación del coeficiente de Spearman por dimensión

Tabla 21

Coefficiente de Spearman por dimensión

Dimensiones	Correlación de Spearman
Fiabilidad	0,790
Capacidad de respuesta	0,788
Empatía	0,752
Seguridad	0,744
Elementos tangibles	0,640

Fuente: Tabla 16, 17, 18, 19 y 20

Análisis

La tabla 21 muestra la correlación de Spearman de cada una de las dimensiones del modelo SERVPERF y se encuentran de acuerdo al orden de importancia para los socios: fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y elementos tangibles con la calidad de servicio ofrecido por la Cooperativa.

Se puede observar que existe una correlación positiva muy fuerte entre las dimensiones fiabilidad y capacidad de respuesta, mientras que las dimensiones restantes como la empatía, seguridad y elementos tangibles hay una correlación positiva considerable.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” debe tener en cuenta que lo importante para los socios es la dimensión fiabilidad, es decir, la capacidad que tienen para organizarse, cumplir con lo prometido y hacerlo sin errores, seguidamente se encuentra la dimensión capacidad de respuesta que mide la voluntad que tienen los empleados, la rapidez y agilidad para dar un servicio, así mismo en tercer lugar se encuentra la empatía que es la facilidad que tienen los empleados para llegar al socio, en cuarto lugar está la seguridad que ofrece la Cooperativa y por último se encuentra la apariencia de equipos, infraestructura, empleados y materiales.

Cabe recalcar que todas las dimensiones son importantes para los socios, el orden que está en la tabla 21 es lo que la Cooperativa debe tener en cuenta para mejorar las dimensiones y por ende ofrecer una mejor calidad en el servicio.

Medición de la calidad del servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

Tabla 22.

Correlación entre la Calidad del Servicio y la Calidad recibida

Correlaciones		Valoración del servicio
Rho de Spearman	Calidad del servicio	Coefficiente de correlación
		,848**
		Sig. (bilateral)
		,000
		N
		356

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados obtenidos y procesados en el programa Estadístico SPSS.

Análisis

Se observa en la tabla 22 que el coeficiente es validado con una significancia menor al 0,01 es decir, la probabilidad de error es menor al 1%, el 99% representa la confianza de que la correlación sea verdadera.

El resultado del coeficiente de Spearman es de 0,848 lo que significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre las dimensiones del modelo SERVPERF y la calidad del servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”.

Lo que representa una correlación de 0,848/1 que para la Cooperativa es muy importante porque casi alcanzan la correlación positiva perfecta, es decir, el servicio ofrecido tiene un promedio de 4,36/5 que se encuentra entre de acuerdo y totalmente de acuerdo según la escala de Likert. Porque a medida que se incrementa las dimensiones también se incrementa la calidad del servicio.

Existen ciertas inconformidades por los socios y esto hace que existan varianzas en las valoraciones de las dimensiones, por lo tanto, para que los socios se sientan más satisfechos con el servicio, el personal que conforma la Cooperativa deben mejorar de acuerdo a la percepción del socio en cuanto a promedios se encuentran en el siguiente orden: la fiabilidad (4,20), capacidad de respuesta (4,34), seguridad (4,37) empatía (4,42), y elementos tangibles (4,48).

g. DISCUSIÓN

La calidad del servicio es uno de los factores más importantes en la actualidad, que mediante el modelo SERVPERF basado en cinco dimensiones permite conocer la percepción que tiene el cliente con respecto al servicio recibido, con la finalidad de analizar y mejorar procesos en beneficio de la institución.

Por lo tanto, se ha considerado conveniente realizar una evaluación de la calidad del servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” debido a que no existen antecedentes sobre la medición de la calidad del servicio, lo cual conlleva a un desconocimiento de la manera como los socios captan el servicio.

De los resultados obtenidos, se compara con estudios realizados de similar naturaleza por los autores Torres & Luna (2017) y Yaguana (2017) con los temas: Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios, mediante el modelo SERVPERF y “Medición del nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Quilanga Ltda. del Cantón Quilanga, Provincia de Loja, para el año 2016”, respectivamente.

En el estudio de Torres & Luna (2017), el promedio general de la calidad del servicio es 9/10, los autores la califican como muy bien. Ellos consideran que el nivel alcanzado por la institución es más que aceptable, y lo que más aprecian los clientes son las instalaciones físicas de primer nivel, por lo tanto a la dimensión elementos tangibles la califican como excelente (10), seguidamente se encuentran las dimensiones de seguridad y empatía, así como también señalan que deben mejorar en la dimensión fiabilidad, especialmente en la capacidad de respuesta porque los clientes siempre esperan que les atiendan de manera más rápida sin perder la precisión.

Por otra parte, Yaguana (2017) concluye que el diagnóstico realizado a la satisfacción de los clientes revela un promedio de 3.92/5 y que el nivel alcanzado es regular. Así mismo determina que hay una elevada satisfacción en las dimensiones elementos tangibles, empatía y seguridad, sin embargo, para las dimensiones fiabilidad y capacidad de respuesta la satisfacción es baja lo que pone en riesgo a perder los clientes debido a que el promedio general de satisfacción es de 64.86% que está por debajo del 85% que se considera un excelente promedio en la satisfacción de clientes.

Para el presente estudio se registra una valoración de 4.36/5 para la calidad del servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” el resultado obtenido es bueno debido a que se encuentra entre los rangos [4,5] lo que significa que los socios consideran al servicio como de acuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente. Así mismo el nivel de la satisfacción del servicio es de 0,848/1 lo que significa que existe una correlación positiva muy fuerte y que para que alcance una correlación positiva perfecta debe mejorar en las dimensiones capacidad de respuesta, especialmente en la fiabilidad.

Los resultados obtenidos son importantes porque permiten a la institución mejorar los servicios ofrecidos. De los trabajos antes mencionados existe debilidad en las dimensiones fiabilidad, pero sobre todo en la capacidad de respuesta lo que significa que hay cierta inconformidad en los clientes porque la institución no está cumpliendo con el servicio en el tiempo prometido y a su vez todo cliente quiere que el servicio sea rápido y no se lo está realizando y esto es importante tal como apunta Sánchez (2005) a mayor tiempo de espera habrá una menor percepción de satisfacción.

La percepción que tienen los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” en cuanto al servicio es muy buena a diferencia de los trabajos antes mencionados alcanza un promedio mayor. Existen falencias en el servicio ofrecido sobre todo en la dimensión fiabilidad los socios afirman que la institución no está cumpliendo con el servicio en tiempo prometido, así mismo presenta debilidad en cuanto al servicio rápido.

Finalmente, se concluye que la evaluación de la calidad del servicio realizado a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” permitió realizar conclusiones y recomendaciones, que servirán como aporte para la institución para que de esta manera analicen, modifiquen o eliminen a todo elemento o proceso que no permiten que el socio se encuentre satisfecho con el servicio y de esta manera dar cumplimiento a la misión y visión para la cual fue creada la institución.

h. CONCLUSIONES

El propósito de esta investigación fue medir la calidad en el servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” desde la perspectiva del socio a través del SERVPERF. Para lo cual fue necesario la aplicación de encuestas en las instalaciones de la misma.

Luego de haber desarrollado el tema de investigación, se puede concluir que se ha dado cumplimiento con los objetivos planteados y se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. El modelo SERVPERF es uno de los modelos más importantes para medir la calidad del servicio debido a que arroja una medición de efectividad de un servicio en base a las percepciones del socio.
2. La inexistencia de una evaluación para medir la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” hace que se desconozca los requerimientos y necesidades de los socios. Al ser un modelo que permite comprender la calidad del servicio en términos de cinco dimensiones facilita a la institución redirigir sus esfuerzos a la mejora continua de procesos y procedimientos del servicio.
3. El promedio global de las percepciones de los socios es de 4,36/5 este resultado indica que el nivel de la calidad del servicio, con base a una escala de 0 a 5 es elevada que de manera general los socios valoran a la atención recibida como buena y que mientras más se acerque al cinco está próximo a alcanzar la calificación perfecta. Existen ciertas inconformidades en los socios lo cual representa debilidad en las dimensiones capacidad de respuesta, especialmente en la fiabilidad.
4. Mediante el coeficiente Spearman se determinó que existe una correlación positiva muy fuerte entre las dimensiones fiabilidad y capacidad de respuesta con la calidad del servicio. El grado de influencia obtenido afirma que la Cooperativa debe hacer esfuerzos adicionales para que los empleados informen con precisión y cumplan con lo que prometen en cuanto a la realización de un servicio y si se presenta algún problema muestren interés para solucionarlo, así mismo para los socios es importante que el servicio sea rápido, puntual y oportuno.

5. Para las dimensiones empatía, seguridad y elementos tangibles la percepción de los socios es alta, la investigación determinó que existe una correlación positiva considerable entre las dimensiones y la calidad de servicio. Es decir, que para la institución es una fortaleza que los empleados demuestren cortesía, entiendan las necesidades de los socios, de esta manera se sienten seguros en la institución, además una buena apariencia demostrada en aspectos tangibles especialmente en la infraestructura de la Cooperativa influye significativamente en los socios.

6. Por último, la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” es de 0,848/1 lo que significa que obtuvo una correlación positiva muy fuerte. Es decir, la valoración que tienen los socios es alta, que a medida que se incrementen las percepciones de las dimensiones la calidad del servicio será mayor.

i. RECOMENDACIONES

Con el desarrollo de la investigación se enuncian algunas recomendaciones.

1. Aunque la calidad del servicio en términos generales es buena, es necesario que el personal de la Cooperativa ponga más interés en la dimensión fiabilidad sobre todo en el cumplimiento con el servicio en el tiempo prometido para que de esta manera el socio se sienta satisfecho con el servicio recibido.
2. Es importante, que la Cooperativa entienda y valore las percepciones, así como quejas, reclamos, opiniones, sugerencias como parte de cultura organizacional porque de esta manera ayudará para que revise procesos y determine correcciones necesarias.
3. A la Cooperativa se recomienda realizar periódicamente mediciones de la calidad del servicio utilizando el modelo SERVPERF debido a que es un instrumento efectivo el cual se basa únicamente en las percepciones del cliente acerca del desempeño de los servicios y de esta manera detectar los factores débiles para realizar ajustes convenientes y lograr resultados positivos en beneficio de todos.
4. Considero importante mencionar sugerencias por parte de la autora y socios, mediante la observación directa en la organización he notado algunas falencias con el sistema informático que utiliza la Cooperativa provocando lentitud en la atención, así mismo para los socios es importante que se implemente un cajero automático y de esta manera poder utilizar el servicio las 24 horas. Además, una de las principales sugerencias que el socio expresa hacia la Cooperativa es que el servicio se realice con equidad.
5. Finalmente se recomienda que se tome en cuenta el presente trabajo de investigación para solucionar problemas identificados y de esta manera la Cooperativa pueda seguir desarrollándose institucionalmente y logre la visión para la cual fue creada que es la de ofrecer servicios de calidad para los docentes de la provincia de Loja.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar , R., Guija, J., Polanco, M., & Rosales , J. (2017). *Calidad en el servicio en el sector cines en Lima (Tesis de maestría)*. Lima: Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Aguilar, R., Guija, J., Polanco , M., & Rosales, J. (2017). *Calidad en el servicio en el sector cines en Lima (Tesis de maestría)*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9580/AGUILAR_GUIJA_CALIDAD_CINES_LIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Amaru, A. (2009). *Fundamentos de Administración*. México: Pearson Educación.
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2014). *Código Orgánico Monetario y Financiero*. Quito.
- Atencio, E., & González, B. (2007). Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ). *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 172-186. Obtenido de http://www.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-951820070001000013
- Castellon. (2014). *Encuestas de satisfacción*. España.
- Cervantes, V. (2005). Interpretaciones del coeficiente Alpha de Cronbach. *Avances en medición*, 3(1), 9-28. Obtenido de http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/1113/8574/8604/Articulo_1_Alfa_de_Cronbach_9-28_2.pdf
- Cronin, J., & Taylor, S. (Julio de 1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Diario de Marketing*, 56(3), 55-68. Obtenido de https://www.jstor.org/stable/1252296?read-now=1&seq=10#page_scan_tab_contents
- Delgado, S., & Martillo, I. (2015). *Aplicación de los intereses pasivos y activos en el sistema bancario ecuatoriano y sus efectos macroeconómicos 2007-2013 (Tesis de Maestría)*. Guayaquil: Facultad de ciencias económicas.
- Duque , E., & Chaparro, C. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. *Criterio libre*, 10(16), 159-192. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3966855>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64-80. Recuperado el 4 de Noviembre de 2018, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>

- Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero. (10 de Mayo de 2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_econ.pdf
- Fabila , A., Minami, H., & Izquierdo, M. (2014). La escala de Likert en la evaluación docente: acercamiento a sus características y principios metodológicos. *Perspectivas docentes*(50), 31-40. Obtenido de <http://revistas.ujat.mx/index.php/perspectivas/article/view/589>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Ibarra, L., & Casas , E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo:una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229-260. Obtenido de https://ac.els-cdn.com/S0186104215721534/1-s2.0-S0186104215721534-main.pdf?_tid=7bb1cbbf-f7c5-4125-a9eb50267ef8a620&acdnat=1544194163_24b02219f91a691741509c5eb0313bee
- López, M. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *Departamento de contaduría y finanzas*, 13(82), 1-36. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa. *Perspectivas*(34), 181-209.
- Mondragón, M. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento científico*, 8(1), 98-104. Obtenido de <https://revistas.iberamericana.edu.co/index.php/Rmcientifico/article/view/739/645>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry , L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Researc. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Paz, R. (2005). *Servicio al cliente: a comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. España: Ideas propias. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=3hovRPM1Di0C&oi=fnd&pg=PT9&dq=que+es+el+servicio+al+cliente&ot>

s=PmDp072igO&sig=_p5NaZ0pGient_vwuT6xrU1pSj4#v=onepage&q=que%20es%20el%20servicio%20al%20cliente&f=false

- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Ideas propias.
- Poveda, G., Erazo, E., & Neira, G. (2017). Importancia de las Cooperativas en el Ecuador al margen de la Economía Popular y Solidaria. *Observatorio de la economía Latinoamericana*, 1-17. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/cooperativas-ecuador.html>
- Salomi, G., Miguel, P., & Abackerli, A. (2005). SERVQUAL x SERVPERF: comparación entre instrumentos para la evaluación de la calidad de los servicios internos. *Gestión y Producción*, 12(2), 279-293.
- Sánchez, J., González, T., Gaytán, J., & Pelayo, J. (2017). *Política macroeconómica para el fortalecimiento de la competitividad*. Guadalajara: Fondo Editorial Universitario. Obtenido de http://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/politica_macroeconomica.pdf
- Superintendencia de Bancos. (2013). *Educación financiera*. Recuperado el 10 de Julio de 2019, de https://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/efinanciera/?page_id=38
- Thompson, I. (Julio de 2009). Definición de cliente. Recuperado el 17 de Febrero de 2019, de: <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Torres, J., & Luna, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y administración*, 62(4), 1270-1293. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104217300694>
- Tschohl, J. (2008). *Servicio al cliente*. USA: Best Sellers Publishing. Obtenido de <https://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/10/aprende-mas/libro-servicio-al-cliente-el-arma-secreta.pdf>
- Vera, J., & Trujillo, A. (2018). Medir desempeño del servicio de bancos detallistas en México: una adaptación del Servperf. *Contaduría y Administración*, 63(4), 1-18. Obtenido de <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/1106/1004>

k. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a los socios



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

Como estudiante de la Carrera de Banca y Finanzas de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a usted muy amablemente para solicitarle se digne responder cada una de las interrogantes que se presentan a continuación, la misma que tendrá como finalidad obtener información que servirá para realizar la tesis denominada: **“EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO OFRECIDO POR LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO EDUCADORES DE LOJA DESDE LA PERSPECTIVA DEL SOCIO A TRAVÉS DEL SERVPERF”**, como requisito para optar el título de Ingeniera en Banca y Finanzas.

DATOS SOCIOECONÓMICOS					
EDAD: 24-31 () 32-39 () 40-47 () 48-55 () 56-63 () 64-71 () 72-79 () 80-87 () 88-95 ()		SEXO: Masculino () Femenino ()		ESTADO CIVIL: Soltero(a) () Casado(a) () Divorciado(a) () Viudo(a) () Unión Libre ()	
NIVEL DE EDUCACIÓN: Secundaria () Universitaria () Técnica () Postgrado ()		OCUPACIÓN: Personal administrativo () Conserje () Jubilado () Docente () Categoría: J() I() H() G() F() E() D() C() B() A()		MONTO DE GASTOS MENSUALES: _____	
PREGUNTAS					
ITEMS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
1. La Cooperativa tiene un equipamiento que se ve moderno					
2. La infraestructura de la Cooperativa es cómoda y visiblemente atractiva.					
3. Los empleados de la Cooperativa presentan una apariencia muy bien cuidada.					
4. Los materiales y documentación relacionada con el servicio que utiliza la Cooperativa son visualmente atractivos.					
5. Cuando en la Cooperativa prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					

6. Cuando usted tiene algún problema o dificultad, en la Cooperativa muestran un sincero interés en solucionarlo.					
7. En la Cooperativa realizan bien el servicio a la primera.					
8. En la Cooperativa le brindaron el servicio en el tiempo pactado.					
9. En la Cooperativa realizan sus transacciones u operaciones sin errores					
10. Los empleados de la Cooperativa informan con precisión a los clientes cuándo concluirá la realización de un servicio					
11. Los empleados de la Cooperativa le brindan un servicio rápido					
12. Los empleados de la Cooperativa siempre están dispuestos a ayudarlo					
13. Los empleados de la Cooperativa aun estando demasiado ocupados respondieron rápidamente a sus preguntas.					
14. El comportamiento de los empleados de la Cooperativa le transmite confianza.					
15. Se siente seguro al realizar transacciones en la Cooperativa					
16. Los empleados de la Cooperativa son siempre corteses con usted					
17. Los empleados de la Cooperativa tienen el conocimiento necesario para responder a sus preguntas					
18. En la Cooperativa le brindan atención individualizada.					
19. En la Cooperativa tienen horarios de atención convenientes para usted.					
20. La Cooperativa tiene empleados que lo atienden personalmente					
21. En la Cooperativa se preocupan por cumplir con sus intereses					
22. Los empleados de la Cooperativa comprenden sus necesidades específicas.					
23. ¿El servicio recibido cumplió sus expectativas?					

24. ¿Cuál es su valoración general de la atención recibida?

- Excelente ()
- Bueno ()
- Regular ()
- Malo ()
- Pésimo ()

25. ¿Usted tiene una cuenta en otra Cooperativa de Ahorro y Crédito?

Si () No ()

¿En cuál? _____

26. ¿Usted recomendaría a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”?

Si () No ()


27. ¿Cuál es el grado de lealtad que usted tiene hacia la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

Nada	Poco	Bastante	Mucho
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anexo 2. Fotos de la aplicación de encuestas a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja



Anexo 3. Autorización



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
"EDUCADORES DE LOJA"

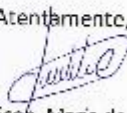
Loja, 4 de diciembre de 2018
Oficio Nro. 404-GG-CACEI-2018


Señorita
Lida Catalina Ordoñez Gualan
ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
Ciudad. -

De mi consideración:

En atención a su comunicación sin número, suscrita por su persona, en calidad de estudiante, de la Universidad Nacional de Loja, me permito manifestar a usted que, se autoriza su solicitud, para que realice el trabajo de investigación sobre el Tema "EVALUACION DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO OFRECIDO POR LA COOPERATIVA AHORRO Y CRÉDITO EDUCADORES DE LOJA, DESDE LA PERSPECTIVA DEL SOCIO A TRAVES DEL SERVPERF".

Espero que atienda de manera responsable la presente apertura para la investigación planteada, así como guarde el debido sigilo y fidelidad a la Cooperativa.

Atentamente,

Econ. María de Lourdes Masache Cueva
GERENTA GENERAL DE LA COOPERATIVA



www.cacel.com.ec
Dirección: Bolívar 207-43 entre Miguel Ríofrío y Azuay • Telefax: 2571 200 / 2578 247
Email: cacel@cacel.com.ec
• Loja • Ecuador

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

“Evaluación de la calidad en el servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja desde la perspectiva del socio a través del SERVPERF”

Proyecto de tesis previa a optar el grado de Ingeniera en Banca y Finanzas

AUTORA

Lida Catalina Ordoñez Gualán

1859

LOJA-ECUADOR

2018

a. Tema

“Evaluación de la calidad en el servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja desde la perspectiva del socio a través del SERVPERF”

b. Problemática

Un nuevo concepto en economía empieza a surgir a nivel mundial el cual se presentaba como una alternativa de desarrollo de la colectividad mediante la satisfacción de las necesidades colectivas, en la cual se sitúa al ser humano por encima del capital. El Ecuador, basándose en esta conceptualización, en el 2008 mediante la Constitución de la República, aprueba un nuevo modelo de desarrollo, el cual marca la ruta hacia el buen vivir de la población, mediante el reconocimiento de un sistema financiero popular y solidario.

El sistema financiero nacional está integrado por el sector público, privado, popular y solidario las mismas que son supervisadas y controladas por diferentes entidades. En el caso de las cooperativas el organismo de control es la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria la cual busca el desarrollo, estabilidad y correcto funcionamiento de las organizaciones del sector económico popular y solidario y el bienestar de sus integrantes y de la comunidad en general.

Sin embargo, a pesar de la estabilidad que ofrece esta institución a las cooperativas, en la actualidad no sólo se exige calidad en los productos, precios bajos o tecnología de punta sino también, el buen mercadeo en el servicio ofrecido que es el de una persona satisfecha quién compartirá su satisfacción con una o más personas de sus familiares o conocidos, también conocida como publicidad de boca en boca.

Generalmente todas las personas han tenido una experiencia de mal servicio recibido en alguna institución financiera, desde cajeros, asesores, lentitud en el servicio, mala calidad de los productos financieros o carencia de los mismos. Sin entender que el cliente es la razón de ser de la organización. Por otra parte, otro de los factores para la mala calidad en el servicio es la falta de capacitación, motivación e incentivos hacia el empleado. Los empleados son y siempre serán un componente clave para el éxito de la empresa, ellos son los que interactúan con el cliente y si el cliente no está satisfecho, automáticamente busca otras alternativas.

El no tomar medidas que contribuyan a mejorar el servicio al cliente, en la institución aumenta los problemas frente a su competencia, lo que lleva a una disminución de sus clientes potenciales y a un decrecimiento de captaciones y colocaciones en el mercado. Por lo tanto, toda Cooperativa de Ahorro y Crédito, sin importar su tamaño o el sector en que se desenvuelva, se ve obligado a realizar una medición de la satisfacción de sus clientes.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” es una institución financiera que, desde su creación en 1966, se ha caracterizado por ser una entidad de servicio social, lo cual se sigue manteniendo hoy en día a través de los múltiples productos y servicios cooperativos que ofrece a sus miles de socios. Sin embargo, existe un vacío teórico y práctico en la medición de la calidad del servicio debido a que en la institución no han realizado un diagnóstico a los socios acerca de la calidad en el servicio que ofrece.

En ese sentido, si la organización no conoce la percepción que tiene socio del servicio ofrecido no sabe el nivel de satisfacción del cliente y de la fidelidad que tiene hacia la Cooperativa. Adicionalmente, el consejo de administración no tiene una evaluación acerca del desempeño que tiene el personal con los clientes y si no existe una medición no es posible analizar ni mejorar procesos, debido a que en la actualidad el servicio se ha convertido en un requisito

imprescindible para competir. En base a este contexto, se llega a establecer la pregunta de investigación que se plantea a continuación:

¿Qué percepción tienen los clientes con relación a la calidad de los servicios ofrecidos por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores de Loja”

c. Justificación

La Universidad Nacional de Loja promueve la formación integral del estudiante capacitándolo para el desempeño en los diferentes campos profesionales. Paralelamente, la normativa universitaria establece la elaboración de un proyecto de tesis que esté directamente relacionado con los conocimientos adquiridos durante la formación académica. Considerando los aspectos antes mencionados es importante la temática propuesta porque permite cumplir con el requisito para obtener el título de Ingeniera en Banca y Finanzas.

En la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” no se han realizado estudios sobre la calidad de servicio. En base a este contexto, es importante realizar esta investigación porque permitirá conocer y evaluar bajo la percepción de los socios el nivel de satisfacción que tienen los clientes frente a los servicios ofrecidos, y mediante este resultado la institución tomará medidas necesarias en la gestión para mantener o mejorar la calidad del servicio.

La visión de la Cooperativa es ofrecer servicios de calidad por lo tanto al realizar el estudio de evaluación de la calidad de servicio ofrecido le servirá para analizar, modificar o eliminar cuellos de botella, es decir, eliminar a todo elemento o proceso que no permite alcanzar lo que los clientes requieren. De este modo, si la organización presta un servicio de calidad proporcionara cierta cuota de mercado y lo más importante la obtención de mayores rendimientos y beneficios.

Por otra parte, la investigación ayudará a los socios porque mediante este análisis la institución se enfocará en lo que realmente necesita mejorar, y de esta manera prestar un servicio de calidad que contribuya a mejorar la calidad de vida de los socios. Debido a que ellos son el motor principal que continuarán adquiriendo los servicios.

d. Objetivos

Objetivo general

Medir la calidad en el servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja” desde la perspectiva del socio a través del SERVPERF

Objetivos específicos

Determinar la influencia de los elementos tangibles en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”.

Establecer el grado en que la fiabilidad influye en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

Interpretar en qué nivel influye la capacidad de respuesta en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

Determinar la influencia que tiene la seguridad en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

Analizar el impacto que genera la empatía en la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”

e. Marco teórico

Sector Financiero Popular y Solidario

Según el Art. 311 de la Constitución de la República del Ecuador (2008).

El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

Cooperativas de ahorro y crédito

Art. 81 de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero (2011)

“Son organizaciones formadas por personas naturales o jurídicas que se unen voluntariamente con el objeto de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y, previa autorización de la Superintendencia, con clientes o terceros”

Calidad

El concepto de la calidad es multidimensional debido a que las necesidades del cliente son muchas. Kaoru Ishikawa (como se citó en Atencio & González, 2007) “En su interpretación más estrecha, calidad significa calidad del producto, pero en su interpretación más amplia significa calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad del proceso, calidad de la dirección, calidad de la empresa” (pág. 174).

Historia de la calidad

Según (Amaru, 2009) la historia de la evolución que transformó el tradicional control de la calidad en la moderna administración de la calidad total comprende tres periodos, filosofías o eras principales:

- **Era de la inspección**

Desde antes de la Revolución Industrial se practicaba una especie de control de calidad con el propósito de separar el producto bueno del defectuoso. En los orígenes de la industria moderna el propio artesano realizaba la inspección, con el interés genuino de hacer productos de acuerdo con las especificaciones rigurosas que atendieran sus propias exigencias estéticas o que impresionaran de manera positiva a los clientes.

- **Era del control estadístico**

El pionero de la aplicación de la estadística al control de calidad fue Walter A. Shewhart, de los Laboratorios Bell, que en 1924 preparó el primer borrador de lo que se llegaría a conocer como carta de control. En forma paralela, dos colegas de Shewhart, Dodge y Romig, desarrollaron técnicas de muestreo. El control estadístico de la calidad, se basa en muestreos. En lugar de inspeccionar todos los productos, se selecciona por muestreo cierta cantidad para inspección.

- **Era de la calidad total**

En 1961, Armand Feigenbaum presentó la idea del control de calidad total, la calidad no solo se basa en la conformidad con las especificaciones, sino que debe estar integrada en el servicio a partir de los deseos e intereses del cliente. También decía que el factor humano desempeña un papel primordial que, al final de cuentas, todo producto o servicio lo realiza un par de manos humanas y que, por lo tanto, la obtención de la calidad depende de la participación y del apoyo de las personas.

Servicio

Duque (2005) “Servicio es entendido como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor” (pág. 64).

Características de los servicios

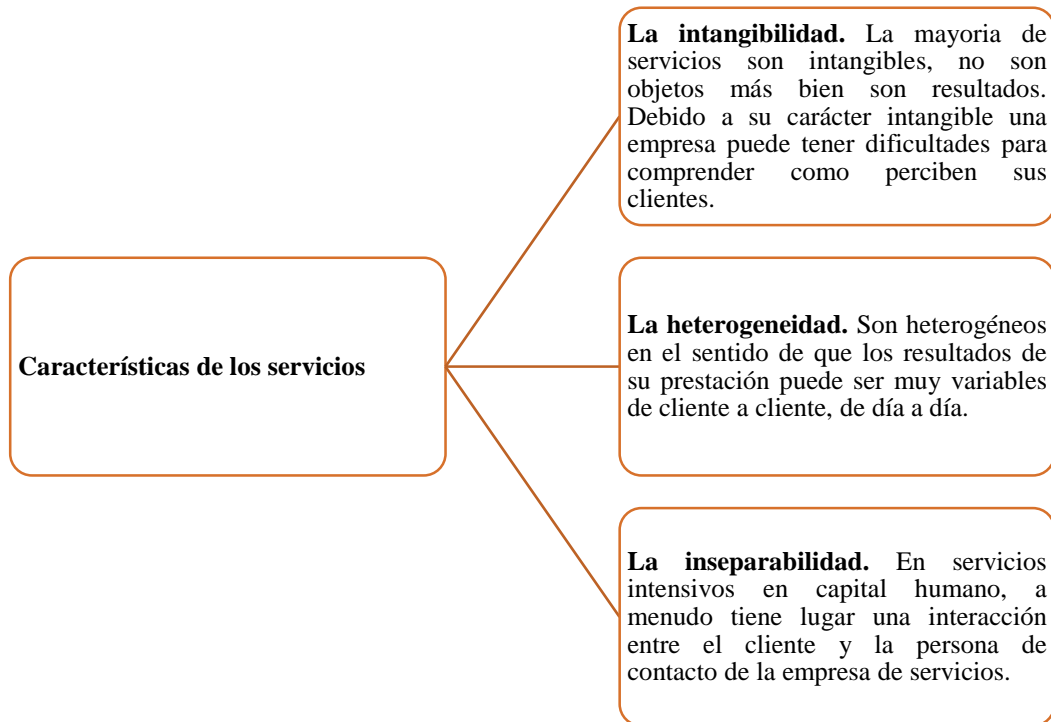


Figura 1. Características de los servicios.

Elaborado: La autora

Para evaluar la calidad de servicio se usan tres tendencias de constructos las cuales son: calidad, satisfacción y valor la presente investigación se ha centrado básicamente en la calidad y la satisfacción.

Calidad del servicio

La calidad del servicio se centra en alcanzar las necesidades y los requerimientos de los consumidores, así como también en revisar de qué manera el servicio prestado cumple con las

expectativas de los clientes, es decir, la calidad del servicio se relaciona directamente con las expectativas y percepciones (Ibarra & Casas , 2015).

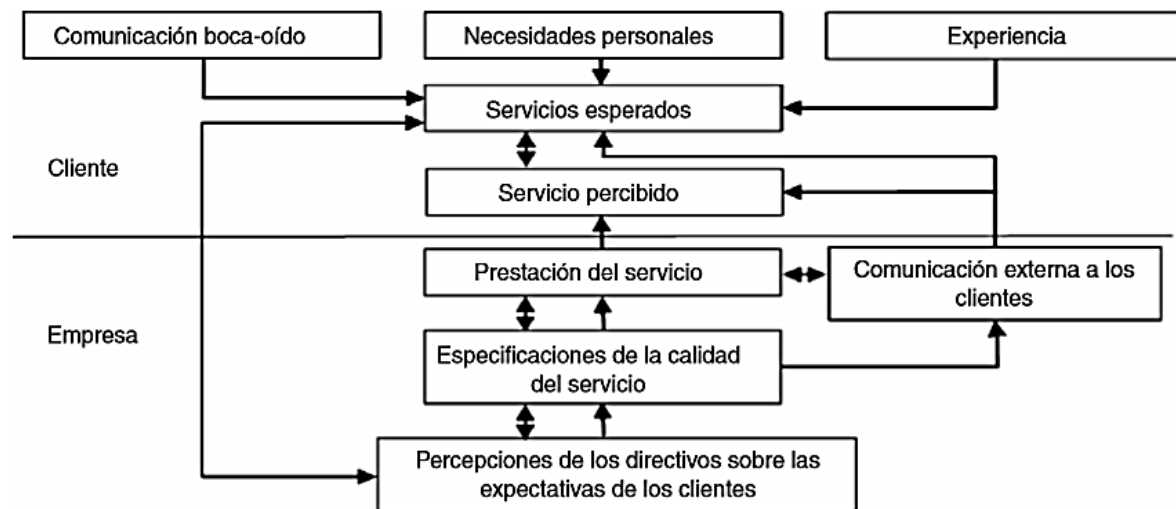


Figura 2. Modelo conceptual de la calidad del servicio.

Fuente: Torres & Luna (2017)

Los únicos que evalúan la calidad de un servicio son los clientes en función de sus expectativas, necesidades personales, trato, tiempo, efectividad del servicio, experiencia, entre otros.

Características del servicio de calidad

Paz (como se citó en López, 2013) menciona algunas características que estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes.

Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad.

Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.

Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.

Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y disfrutarlo.

Imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.

Aspecto externo: es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente.

Servicio al cliente

Paz (2005) señala “Está constituido por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus cliente” (pág. 17).

Satisfacción del cliente

Ibarra & Casas (2015) la satisfacción del cliente es el principal criterio cuando se trata de determinar la calidad del producto o servicio, además, es clave para la perdurabilidad de la organización debido a que influye en la decisión del cliente de repetir en la experiencia del servicio y su efecto multiplicador en términos de comunicación “boca–oído”.

Tipos de niveles de satisfacción del cliente.

Ibarra & Casas (2015)

Insatisfacción: Cuando el cliente no queda satisfecho por el servicio que se le brinda, cambiará de proveedor de forma inmediata

Satisfecho: Cuando el servicio o producto cumple con las expectativas del cliente, se mantendrá leal siempre y cuando hasta que no tenga una mejor oferta.

Satisfecho “encantado”: Cuando el cliente recibe más de lo que esperaba, será leal a al proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional.

Modelos para la medición de la calidad de servicios

Los modelos para medir la calidad del servicio dentro de una organización son: SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985, 1988), modelo de la escuela nórdica formulado por Grönroos (1988, 1994), modelo de los tres componentes por Rust y Oliver (1994), y el modelo SERVPERF presentado por Cronin & Taylor (1992, 1994).

Modelo SERVQUAL.

Es una escala de ítems que sirven para medir las expectativas, es decir lo que los clientes esperan de lo que sería un servicio de calidad y las percepciones reflejan la manera como los clientes captaron los servicios (Duque & Chaparro, 2012). En este modelo se utiliza un instrumento con preguntas para las expectativas y para la percepción del cliente divididas en 5 dimensiones.

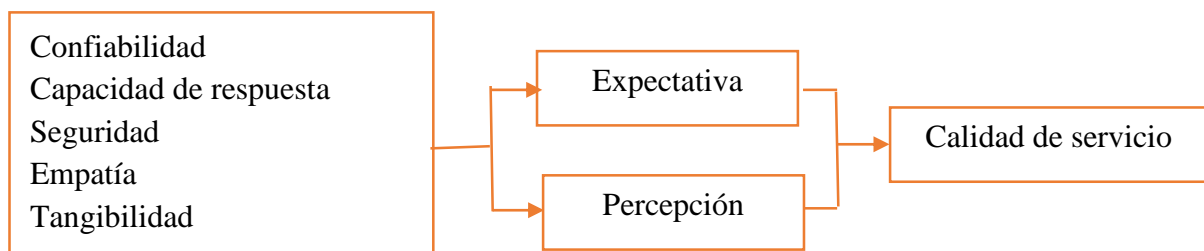


Figura 3. Modelo de análisis SERVQUAL.

Fuente. Aguilar, Guija, Polanco , & Rosales, (2017)

Con respecto al modelo hubo diferentes puntos de vista hasta llegar a la conclusión según Cronin y Taylor (como se citó en Sánchez, González , Gaytán, & Pelayo, 2017) que el modelo no era el más adecuado para evaluar la calidad del servicio, ya que este evaluaba a su vez las

expectativas y la percepción del servicio, cuya diferencia significarían las distancias entre lo que espera recibir el cliente y lo que finalmente recibe, por lo que crearon una escala más concisa para medir solamente la satisfacción del servicio a través de la experiencia obtenida, retomando los mismos ítems propuestos por el modelo SERVQUAL.

Modelo la escuela nórdica.

Duque (2005) señala que este modelo también es conocido como modelo de la imagen, en donde la calidad percibida por los clientes es la integración de la calidad técnica (qué se da) y la calidad funcional (cómo se da), y estas se relacionan con la imagen corporativa debido a que ellos consideran a la imagen como un elemento básico para medir la calidad percibida.

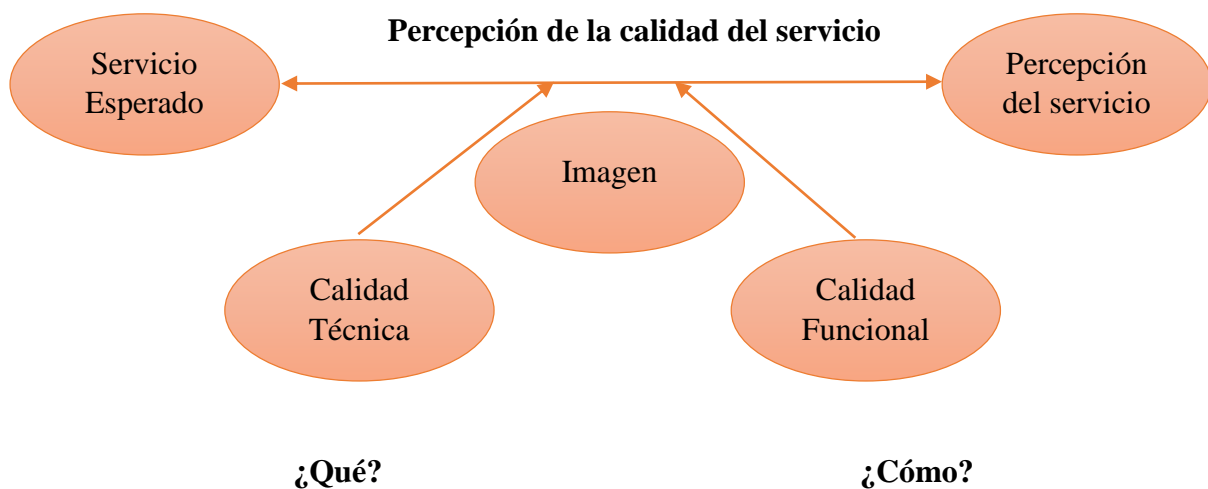


Figura 4. Modelo de análisis de la escuela nórdica.
Fuente: Duque, (2005)

El cliente está influido por el resultado del servicio, pero también por la forma en que lo recibe y la imagen corporativa. Todo ello estudia transversalmente las diferencias entre servicio esperado y percepción del servicio.

Modelo de los tres componentes.

El servicio y sus características se refieren al diseño del servicio antes de ser entregado al cliente. El punto clave es la determinación de las características relevantes o especificaciones a ofrecer (Rust y Oliver, 1994). El ambiente del servicio está subdividido en dos perspectivas: El ambiente interno se enfoca en la cultura organizacional y en la filosofía de la eliminación, y el externo se orienta principalmente al ambiente físico de la prestación del servicio (Rust y Oliver, 1994)



Figura. 5 Modelo de análisis de los tres componentes

Elaborado: La autora

Modelo SERVPERF.

Sánchez, et al. (2017) señala:

El modelo SERVPERF se utiliza para la examinar el desempeño de un establecimiento o servicio, el cual arroja una medición de la efectividad de un servicio. Se fundamenta en las percepciones del encuestado, ya que expresa el nivel de efectividad en lo que se desea

analizar. Con esto se puede arrojar la eficacia de que los clientes o personas que usan el servicio, expresan su valoración sobre el servicio recibido. (pág. 268)

Dimensiones del modelo SERVPERF.

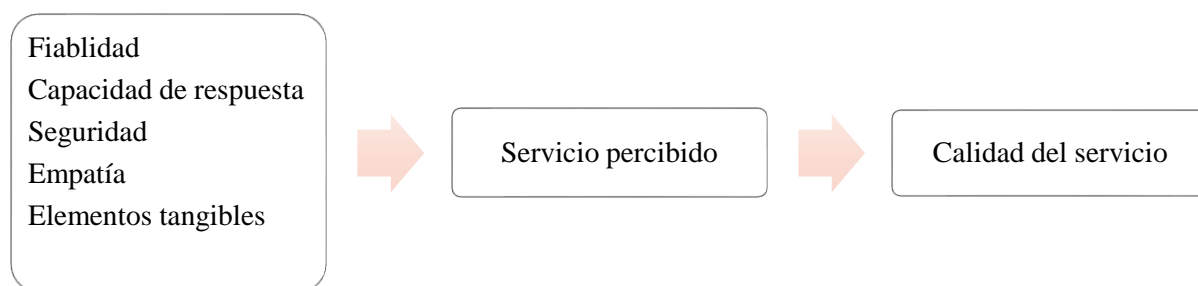


Figura 4. Modelo de análisis SERVPERF
Elaborado: La autora

Torres & Luna (2017) afirman:

Elementos tangibles: Mide la apariencia de las instalaciones físicas, de los equipos y la apariencia de los empleados.

Fiabilidad: Mide la capacidad de la organización para cumplir con lo prometido y hacerlo sin errores.

Capacidad de respuesta: Mide la voluntad de ayuda a los usuarios y la rapidez y la agilidad del servicio.

Seguridad: Mide el conocimiento y la cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad.

Empatía: Mide la atención esmerada e individualizada, la facilidad de acceso a la información, la capacidad de escuchar y entender las necesidades. (pág. 1274)

f. Metodología

El tema de investigación se lo realizará a través de la revisión bibliográfica de libros, revistas, artículos científicos, documentos vinculados a la temática. Estos documentos servirán como guía para extraer conceptos, definiciones y cuadros sinópticos para construir el marco teórico partiendo de títulos generales de la calidad del servicio hasta llegar a los temas más específicos, los mismos que serán citados con las normas APA de la sexta edición con algunas modificaciones de la Universidad Nacional de Loja.

Para alcanzar los objetivos de investigación se empleará una encuesta modelo SERVPERF basada en 5 dimensiones (elementos tangibles, seguridad, empatía, fiabilidad y la capacidad de respuesta), debido a que es un instrumento preciso para conocer la calidad de servicio a partir de la valoración del socio en función de la experiencia. Además, se incluirán preguntas sobre información socioeconómica, satisfacción del servicio, expectativas del socio, fidelidad y si la cooperativa es recomendable o si el socio tiene otra cuenta en otra cooperativa. El instrumento de medición se lo aplicará dentro de la organización.

Respecto a la escala de Likert se utilizará una escala de cinco niveles donde la menor escala que es uno significa totalmente en desacuerdo mientras que la mayor que es cinco significa que está totalmente de acuerdo conforme a la tabla que se detalla a continuación.

Tabla 1.
Medidas de escala Likert

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Los métodos utilizados son el cuantitativo y cualitativo debido a que se recolectarán datos y los mismos se tabularán utilizando el software Excel y SPSS y de esta manera analizar e

interpretar los resultados obtenidos hasta llegar a describir la influencia que tienen las dimensiones en la calidad del servicio ofrecido por la Cooperativa.

Finalmente, se estructurará el informe final de investigación conforme lo establece la normativa institucional de la Universidad Nacional de Loja, en el documento se destacará las conclusiones y recomendaciones de la autora, tomando en cuenta los hallazgos del proceso de investigación.

Población y muestra

La población objeto de estudio está compuesta por todos los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”. Actualmente cuenta con 4860. El tamaño de la muestra se realizará mediante la fórmula para la población finita.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Tabla 2.
Variables y equivalentes para el cálculo de la muestra

Variable	Descripción	Equivalente	Valor
n			?
z	Nivel de confianza	95%	1,96
p	Probabilidad a favor	50%	0,5
q	Probabilidad en contra	50%	0,5
N	Población total		4860
e	Límite de error	5%	0,05

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 4860}{0,05^2(4860 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 356$$

La muestra corresponde a 356, siendo el total de encuestas que se aplicaran a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Educadores de Loja”.

h. Presupuesto y financiamiento

Presupuesto

Rubro	Cantidad	V. unitario	Monto
Gastos			
Impresora	1	240	240,00
Resmas de papel	8	3	24,00
Copias	1500	0,02	30,00
Internet	12	20	240,00
Anillados	5	3	15,00
CD	1	8	8,00
Empastado tesis	3	15	45,00
Imprevistos	1	200	200,00
Total gastos			802,00

Financiamiento

La elaboración de la tesis estará financiada el 100% con capital propio de la investigadora el mismo que asciende a \$ 802,00 (ochocientos dos dólares con 00/100 centavos).

i. Bibliografía

- Aguilar, R., Guija, J., Polanco, M., & Rosales, J. (2017). *Calidad en el servicio en el sector cines en Lima (Tesis de maestría)*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9580/AGUILAR_GUIJA_CALIDAD_CINES_LIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Amaru, A. (2009). *Fundamentos de Administración*. México: Pearson Educación.
- Atencio, E., & González, B. (2007). Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ). *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 172-186. Obtenido de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000100013
- Duque, E., & Chaparro, C. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. *Criterio libre*, 10(16), 159-192. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3966855>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64-80. Recuperado el 4 de Noviembre de 2018, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>
- Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero. (10 de Mayo de 2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_econ.pdf
- Ibarra, L., & Casas, E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229-260. Obtenido de <https://ac.els-cdn.com/S0186104215721>

534/1-s2.0-S0186104215721534-main.pdf?_tid=7bb1cbbf-f7c5-4125-a9eb-50267ef8a620&acdnat=1544194163_24b02219f91a691741509c5eb0313bee

López, M. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *Departamento de contaduría y finanzas*, 13(82), 1-36. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Paz, R. (2005). *Servicio al cliente: a comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. España: Ideas propias. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=3hovRPM1Di0C&oi=fnd&pg=PT9&dq=que+es+el+servicio+al+cliente&ots=PmDp072igO&sig=_p5NaZ0pGient_vwuT6xrU1pSj4#v=onepage&q=que%20es%20e1%20servicio%20al%20cliente&f=false

República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>

Sánchez, J., González, T., Gaytán, J., & Pelayo, J. (2017). *Política macroeconómica para el fortalecimiento de la competitividad*. Guadalajara: Fondo Editorial Universitario. Obtenido de http://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/politica_macroeconomica.pdf

Torres, J., & Luna, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y administración*, 62(4), 1270-1293. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104217300694>

Vera, J., & Trujillo, A. (2018). Medir desempeño del servicio de bancos detallistas en México: una adaptación del Servperf. *Contaduría y Administración*, 63(4), 1-18. Obtenido de <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/1106/1004>

INDICE

CARATULA	i
CERTICA:	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
SUMARY.....	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	8
Sistema Financiero Nacional.....	8
Importancia.....	8
Clasificación del sistema financiero nacional.....	8
Segmentación del sector financiero popular y solidario.....	9
Sector Cooperativo.....	10
Importancia de las Cooperativas.....	10
Cooperativas de Ahorro y Crédito.....	10
Productos y servicios.....	10
Calidad.....	11
Historia de la calidad.....	11
Servicio.....	12
Características de los servicios.....	13
Características del servicio de calidad.....	13
Coste causado al no ofrecer productos y servicios de calidad al cliente.....	14
Cliente.....	14

Servicio al cliente	14
Importancia del servicio al cliente.....	15
Satisfacción del cliente.....	15
Elementos que conforman la satisfacción del cliente.....	15
Calidad del servicio.....	16
Razones de discrepancias	17
Modelos para la medición de la calidad de los servicios.	18
Modelo SERVQUAL.....	19
Modelo de la escuela nórdica.....	22
Modelo de los tres componentes.....	23
Modelo SERVPERF.	24
Escala de Likert.....	28
Coeficiente Alfa de Cronbach.....	28
Cálculo de la confiabilidad.....	29
Correlación de Spearman	30
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	31
f. RESULTADOS.....	34
g. DISCUSIÓN.....	81
h. CONCLUSIONES.....	83
i. RECOMENDACIONES.....	85
6. BIBLIOGRAFÍA.....	86
7. ANEXOS.....	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Segmentación del sector popular y solidario</i>	209
Tabla 2. <i>Cuestionario SERVQUAL</i>	20
Tabla 3. <i>Interpretación de un coeficiente de confiabilidad</i>	20
Tabla 4. <i>Coeficiente de correlación de Spearman</i>	30
Tabla 5. <i>Medidas de escala Likert</i>	31
Tabla 6. <i>Variables y equivalentes para el cálculo de la muestra</i>	33
Tabla 7. <i>Tipos de créditos</i>	37
Tabla 8. <i>Fiabilidad</i>	39
Tabla 9. <i>Alfa Cronbach por dimensión</i>	39
Tabla 10. <i>Numero de ítems del cuestionario por dimensión</i>	59
Tabla 11. <i>Promedio de percepciones</i>	62
Tabla 12. <i>Promedio por dimensiones del modelo SERVPERF</i>	68
Tabla 13. <i>Promedio de la atención recibida</i>	70
Tabla 14. <i>Promedio de las expectativas del socio</i>	70
Tabla 15. <i>Grado de relación según coeficiente de correlación de Spearman</i>	72
Tabla 16. <i>Correlación entre elementos tangibles y calidad del servicio</i>	74
Tabla 17. <i>Correlación entre fiabilidad y calidad del servicio</i>	75
Tabla 18. <i>Correlación entre capacidad de respuesta y calidad del servicio</i>	76
Tabla 19. <i>Correlación entre seguridad y calidad del servicio</i>	77
Tabla 20. <i>Correlación entre empatía y calidad del servicio</i>	78
Tabla 21. <i>Coeficiente de Separman por dimensión</i>	79
Tabla 22. <i>Correlación entre la Calidad del Servicio y la calidad recibida</i>	80

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Modelo conceptual de la calidad del servicio.	16
<i>Figura 2.</i> Modelo de análisis SERVQUAL.	19
<i>Figura 3.</i> Modelo de análisis de la escuela nórdica.	22
<i>Figura 4.</i> Modelo de análisis de los tres componentes	23
<i>Figura 5.</i> Conceptos asociados a la dimensión “elementos tangibles”	25
<i>Figura 6.</i> Conceptos asociados a la dimensión “fiabilidad”	25
<i>Figura 7.</i> Conceptos asociados a la dimensión “Capacidad de respuesta”	26
<i>Figura 8.</i> Conceptos asociados a la dimensión “Seguridad”	27
<i>Figura 9.</i> Conceptos asociados a la dimensión “Empatía”	27
<i>Figura 10.</i> Opciones o puntos en las escalas de Likert.	28
<i>Figura 11.</i> Tipos de ahorros que ofrece la CACEL	36
<i>Figura 12.</i> Distribución por género.....	40
<i>Figura 13.</i> Distribución por edad.....	40
<i>Figura 14.</i> Distribución por estado civil.....	40
<i>Figura 15.</i> Distribución por nivel de educación.....	41
<i>Figura 16.</i> Distribución por ocupación.....	42
<i>Figura 17.</i> Distribución por categoría.....	42
<i>Figura 18.</i> Distribución por ocupación.....	43
<i>Figura 19.</i> Perspectiva de la innovación.....	44
<i>Figura 20.</i> Percepción de la conformación con las instalaciones físicas.....	44
<i>Figura 21.</i> Percepción de la apariencia de los empleados.....	45
<i>Figura 22.</i> Percepción de los materiales impresos.....	45
<i>Figura 23.</i> Percepción de tiempo y precisión para cumplir el servicio.....	46
<i>Figura 24.</i> Percepción sobre el interés de la Cooperativa para solucionar problemas.....	47
<i>Figura 25.</i> Percepción del servicio a la primera.....	47
<i>Figura 26.</i> Percepción del cumplimiento del servicio.....	48
<i>Figura 27.</i> Percepción del servicio libre de errores.....	48
<i>Figura 28.</i> Información de la precisión del tiempo para realizar un servicio.....	49
<i>Figura 29.</i> Capacidad de los empleados para ofrecer un servicio rápido.....	49
<i>Figura 30.</i> Disposición de los empleados.....	50
<i>Figura 31.</i> Distribución de tiempo.....	50
<i>Figura 32.</i> Satisfacción de la confianza de los empleados hacia el socio.....	51

Figura 33. Seguridad para realizar transacciones	51
Figura 34. Actitud del empleador para atender al socio	52
Figura 35. Conocimiento de los empleados.....	52
Figura 36. Percepción de la atención individualizada	53
Figura 37. Conformidad con los horarios	53
Figura 38. Atención personalizada por parte de los empleados	54
Figura 39. Preocupación por parte de la Cooperativa con los intereses de los socios.....	54
Figura 40. Comprensión de los empleados sobre las necesidades específicas de los socios..	55
Figura 41. Expectativas del socio	56
Figura 42. Valoración de la atención recibida	56
Figura 43. Socio que tiene una cuenta en otra Cooperativa.....	57
Figura 44. Socios que recomiendan a la Cooperativa.....	58
Figura 45. Grado de lealtad de los socios	58
Figura 46. Promedio de los 22 ítems del modelo SERVPERF.....	67
Figura 47. Promedio por dimensión	68
Figura 48. Promedio de la percepción y expectativa del socio.....	71